وسائل الإعلام

أدوات تعبير وتغيير

بحوث علمية محكمة

مراجعة وتحرير

أ. د. تيسير أبو عرجة

د. عبد الكريم الدبيسي — د. إبراهيم فؤاد خصاونة

د. زهير ياسين الطاهات — د. محمد صاحب سلطان



طبع بدعم من عمادة البحث العلمي في جامعة البترا

وسائل الإعلام

أدوات تعبير وتغيير

بحوث علمية محكمة

من منشورات

جامعة البترا

مراجعة وتحرير

أ.د. تيسير أبو عرجة

د. عبد الكريم علي الدبيسي — د. إبراهيم فؤاد خصاونة

د. زهير ياسين الطاهات — د. محمد صاحب سلطان

دار أسامة للنشر والتوزيع

الأردن - عمان

الناشر

دار أسامة للنشر و التوزيع

الأردن – عمان

- **هاتف :** 5658252 – 5658253
- **فاكس :** 5658254
- **العنوان : العبدلي- مقابل البنك العربي**

ص. ب : 141781

Email: **darosama@orange.jo**

www.darosama.net

الطبعة الأولى

2013م

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية

(2013 /2 /484)

302.23 أبو عرجة، تيسير

وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير: بحوث علمية محكمة/ تيسير أبو عرجة، عبد الكريم الدبيسي، إبراهيم خصاونة، زهير الطاهات، ، محمد سلطان.- دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013.

( ) ص .

ر.أ : (484/ 2/ 2013)

الواصفات: /الإعلام//وسائل الاتصال الجماهيري/

ISPN: 978-9957-22-540-7

الفهرس

المقدمة:

يسعدنا أن نضع بين أيدي القراء من الباحثين والمهتمين والمتخصصين بقضايا الصحافة والإعلام هذا الكتاب، الذي يضم عدداً من البحوث العلمية المحكمة، التي جاءت حصيلة المؤتمر العلمي الأول الذي عقده قسم الصحافة والإعلام بجامعة البترا بعنوان"وسائل الإعلام:أدوات تعبير وتغيير" وذلك بتاريخ 2011/12/21، بمشاركة نخبة من أساتذة الإعلام في جامعة البترا وعدد من الجامعات الأردنية والعربية.

وقد تناول فيها الباحثون مجموعة من الموضوعات المحورية التي تقع في صلب الوظائف الإعلامية في النهوض والبناء والتنمية، وفي الوقت الذي برزت فيه بكل قوة تلك القدرات التأثيرية لوسائل الإعلام والاتصال، بكافة أنواعها واتجاهاتها، وإزاء الأحداث المستجدة التي شهدها الوطن العربي، وما يزال، من حراك سياسي واجتماعي، يهدف إلى التغيير المنشود، لصالح الشعوب العربية التي تسعى إلى انجاز حياة حرة كريمة وديمقراطية حقيقية.

إن البحوث العلمية التي يضمها هذا الكتاب، ناقشت من خلال التحليل العلمي والتطبيق الميداني، عديد المحاور التي تعتبر أساسية في الخطاب الإعلامي العربي الراهن.

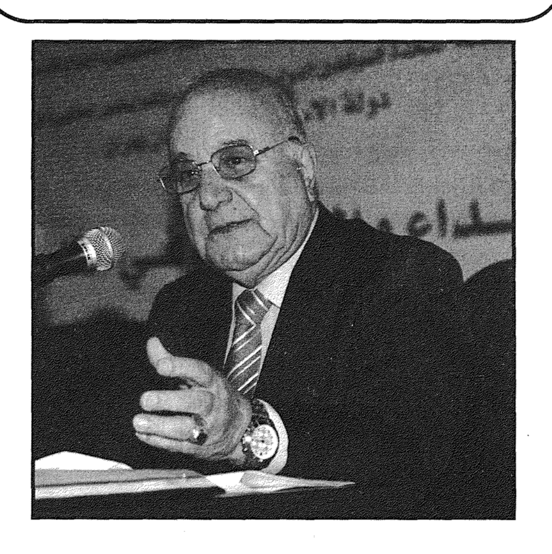
ونأمل أن يكون نشرها محققاً لأهدافنا في نشر الوعي العلمي الإعلامي، وأن تكون هذه الخطوة حافزاً لنا للمضي في عقد المؤتمرات العلمية التي تعتبر حقلاً أساسياً للبحث والتحليل في القضايا المحورية والملحة في مجالات الصحافة والإعلام.

الأستاذ الدكتور

تيسير أبو عرجه

كلمة دولة الأستاذ الدكتور عدنان بدران

في مؤتمر قسم الصحافة والإعلام



كلمة دولة الأستاذ الدكتور عدنان بدران/رئيس جامعة البترا في مؤتمر كلية الصحافة والإعلام بعنوان : "وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير" .

أيها الأخوة الأعزاء،

تسعد جامعة البترا باحتضان هذا المؤتمر العلمي الإعلامي الذي يعقده قسم الصحافة والإعلام. ونحن هنا نعرف جيداً، الدور الكبير الذي تؤديه وسائل الإعلام، على اختلاف أنواعها في تأطير حياتنا السياسية والاجتماعية الحاضرة. كما أننا مدركون لهذا التكامل في الأدوار والوظائف والتأثيرات، بين وسائل الإعلام التقليدي، ووسائل الإعلام الحديث الذي يقوم على التواصل والاتصال، الذي رأيناه يحدث تأثيرات مهمة فيما شهدته وتشهده البلدان العربية من تطورات.

لقد أثبت الإعلام أنه شريك أساسي وفاعل في كل ما يشهده الوطن العربي من انتفاضات شبابية تسعى إلى التغيير، والانتقال إلى عهد جديد، تتحقق فيه المشاركة والعدالة والمساواة. ولكن الجدل يثور أحياناً حول دور الإعلام، والفضائيات العربية، على وجه الخصوص، ممثّلاً بالسؤال التالي: هل ما تقوم به هذه الفضائيات والمواقع الإلكترونية والمدونات هو عمل إعلامي مهني، يتوخى المصداقية والموضوعية في بث الصور والأخبار والمعلومات، أم أنه يُفارق هذه المصداقية لصالح الجهات المالكة والداعمة أو الحاكمة، أو تلك التي تلتقي معها في المصالح، والأيديولوجيات، في إعلام التطبيل، والتزمير، والتمجيد، لفئات أثبتت ثورات الشباب بأنها غير مجدية وعمرها قصير.

برأيي، إنَّ مثل هذا المؤتمر، وما يتضمنه من مشاركات أكاديمية بحثية، يمكن أن يساهم في الإجابة عن هذا السؤال، وكثير من الأسئلة، ذلك أن مهمة الباحثين والدارسين، التركيز على الرؤية العلمية السليمة، للظواهر والأحداث.

ونحن، في هذه الآونة، نقدّر الدور الذي تنهض به كليات الإعلام وأقسامه في جامعاتنا العربية، في التأهيل العلمي الإعلامي الذي يوفّر للأجيال الشابة من الإعلاميين، فرص التأهيل والتدريب، وامتلاك أدوات النجاح في المهن الإعلامية، ومن هذه الأدوات والوسائل:

- التركيز على أخلاقيات المهنة، والمصداقية، والشفافية، والحيادية في نقل الخبر والتعليق عليه.
- الإمكانيات التقنية الحديثة المواكبة، التي بات لها تأثيراتها الواضحة على الرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الاتصال.
- توفير الرصيد المعرفي، والثقافي، واللغوي، اللغة العربية الصحيحة واللغات الأجنبية، لطلبة الإعلام، نظراً لكون العمل الإعلامي مجالاً خصباً للإنتاج الثقافي والفكري، وللإبداع في شتى مجالاته.
- تهيئة المناخات المناسبة للحريّات الأكاديمية، التي تهيئ للدارسين، الاستعداد لانطلاق في أجواء الحريات الصحفية والإعلامية. مع علمنا بأن هذه الحريات لا تُمنح بل تُنتزع عبر المعاناة والمقارعة لكل أشكال الاستبداد.
- من المهم أيضاً أن نتذكر الدور المهم في عملية التأهيل الأكاديمي للإعلاميين، وما يحصل عليه هؤلاء الإعلاميون الشباب من تعليم إعلامي نظري وتطبيقي، يعزّز لديهم المهنيّة الإعلامية الاحترافية، التي يمكن من خلالها النجاح في ميدان العمل الإعلامي، في وسائله ومستوياته كافّة.

ونحن في جامعة البترا، نولي هذه الجوانب النظرية والتطبيقية، العناية اللازمة، من خلال اقتناء أحدث الأجهزة والمعدات والمختبرات، إضافة إلى التحديث المستمر لاستوديوهات التدريب الإذاعي والتلفزيوني التي يمتلكها قسم الصحافة والإعلام.

ويسعدنا أن نرى العديد من خريجي هذا القسم، يعملون، ويتفوقون، في الكثير من مواقع العمل الإعلامي، المحلية والعربية، ويسعدنا دائماً من خلال لقاءاتنا الدورية بهم، أن نستمع إلى قصص نجاحهم، وإلى ملاحظاتهم التي يستفيد منها القسم،بعد أن دخلوا سوق العمل، وأصبحت لديهم خبرات مهنيّة متراكمة.

وإيماناً منّا، بالتطور الذي يشهده هذا القطاع الحيوي المهم، فقد رأينا الانتقال بقسم الصحافة والإعلام إلى مرحلة جديدة من خلال سعينا إلى تحويله إلى كليّة للإعلام في مرحلة قريبة قادمة، تتوفر فيها التخصصات الأكاديمية المعروفة، من صحافة وإذاعة وتلفزيون وعلاقات عامة وإعلان. مع حرصنا على المواكبة التقنية المتطورة واستحداث استوديوهات ومختبرات مجهزة بأحدث ما يعرفه عصرنا الحاضر من تكنولوجيا اتصالية.

إن حرصنا على النجاح، في عملية التأهيل العلمي لإعلاميّي الغد، جعلنا أيضاً نقوم بتعزيز الهيئة التدريسية بالكفاءات الشابة من خلال خطة ابتعاث بدأنا بتطبيقها لإرسال موفدين من الخريجين المتميزين للحصول على الدكتوراه من الجامعات المرموقة .

كما أن ما قمنا به في مطلع العام الدراسي الحالي، من استحداث برنامج الماجستير في الإعلام، يعدّ خطوة أساسية للارتقاء بالدراسات الإعلامية في جامعتنا، نرجو أن تؤتي ثمارها ونرى آثارها الإيجابية لصالح البحث العلمي الإعلامي، وترقية الأداء المهني في مجالات الصحافة والإعلام.

وبعد، فإننا نتطلع إلى أن يشهد مؤتمركم هذا مناقشات غنية، وأن يخرج بتوصيات مفيدة، تساهم في إثراء العملية التعليمية في مجالات الإعلام، وإثراء الجوانب المهنية التي ترتكز على دقة المعلومة، وسلامة التحليل والاستنتاج، بحيث يكون الإعلام وهو القوة المؤثرة في عالم اليوم سباقاً ومبادراً دائماً إلى النهوض بأعباء التغيير والإصلاح، بعيداً عن التهويل والتأويل وترديد الشعارات. وعلى الدولة إزالة جميع الحواجز أمام الإعلاميين، للوصول إلى المعلومات، ونقلها بمصداقية وشفافية إلى المجتمع.

أرحب بكم، وأتمنى لكم ولمؤتمركم العلمي هذا، كل النجاح والتوفيق.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته، ، ،

معالجة الصحف الأردنية اليومية

لأحداث الربيع العربي

إعداد

أ.د.تيسير أبو عرجه

قسم الصحافة والإعلام

جامعة البترا

المقدمة

تأثر الأردن بأحداث الربيع العربي، واستجاب لمتطلبات هذا الربيع، بما ينسجم مع رؤيته وإمكانياته ومعرفته بضرورات التغيير، وبما يحقق الأهداف المطلوبة في الإصلاح والنهج الديمقراطي وتعزيز الحريات العامة، ولكن بالطريقة التي تسعى لتكريس الطابع السلمي للحراك الشعبي، وتجنب الوقوع في العنف والصراع الدموي، الذي كانت أكلافه باهظة في بعض البلدان العربية، التي خرج بعضها إلى سكة الحياة الدستورية المستقرة، ويكافح بعضها الآخر للخلاص من أزماته المستمرة.

وتركز هذه الدراسة على قراءة تحليلية لمقالات عينة من الصحف الأردنية اليومية وهي :الرأي، الدستور، العرب اليوم، والغد، لرصد مواقف كتاب هذه المقالات، إزاء أحداث الربيع العربي وتداعياتها، سواء فيما يتصل بتأثيرات الربيع العربي على الأردن، أو تلك التي تتصل مباشرة بالدول العربية التي أطلقت هذا الربيع بكل ما يحمله من تغييرات واعدة، أو دروب محمّلة بالآلام.

وقد تمّ اختيار المادة المقالية، التي تحمل أفكار الكتّاب وآراءهم، وتعبر بالتالي عن مواقفهم، ومواقف المؤسسات الصحفية التي يعملون فيها، أو تنشر مقالاتهم، وقد اقتصرت الدراسة على المقالات التي يكتبها صحفيون متفرغون في هذه الصحف، إضافة إلى المقالات التي يكتبها متعاونون بالقطعة من الكتّاب المتخصصّين في حقول علمية ومعرفية متعددّة. وتم استبعاد المقالات المترجمة عن الصحف الأجنبية، بما فيها الصحف الإسرائيلية، التي تقوم الصحف الأردنية بنشر مجموعة منها بصفة يومية.

مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في الحديث عن دور الصحف الأردنية اليومية من خلال المقالات التي تحمل أفكار عدد كبير من الكتّاب والمعلقين وآراءهم، في كيفية مواجهة أحداث الربيع العربي وتداعياته على الأردن.

وكيف يمكن لهؤلاء الكتاب المساهمة في تنوير الرأي العام بما يحدث من تطورات مفصلية تؤثر في حاضر الوطن العربي ومستقبله. وكيف تقف الصحافة الى جانب القيادة والشعب لمواجهة هذه الأحداث من أجل الخروج منها بأقل الخسائر، بل السعي لتكريس المكتسبات التي تبشر بها أحداث الربيع العربي، على صعيد الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية، في الداخل الأردني، وفي مقدمة ذلك، تعزيز الحياة الدستورية، والحريات العامة، ومكافحة الفساد، وتعزيز النزاهة والشفافية في الأداء الحكومي.

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة الى معرفة الدور الذي تؤدّيه المقالات الصحفية، بصفتها احد أهم الأنواع التحريرية، التي تتسع للآراء والمواقف والإيديولوجيات، المعبرة عن أصحابها، وعن المؤسسات الصحفية التي تنشرها، خصوصاً إزاء خطورة الأحداث التي رافقت تطورات الربيع العربي، والآثار التي تركتها سواء على الأردن أو غيره من الدول العربية، وما أدى إليه ذلك من حراك شعبي واسع النطاق، للمطالبة بالإصلاح والحريات ومحاربة الفساد المالي والإداري. ونظراً لبروز الصحافة ووسائل الإعلام، عاملاً مؤثراً في صناعة الأحداث ونقلها وتفسيرها الى جماهير المستهلكين للرسائل الاتصالية.

أسئلة الدراسة

تسعى هذه الدراسة للإجابة على الأسئلة الآتية:

- كيف عالجت المقالات في الصحف الأردنية اليومية الأربع، موضوع الدراسة، أحداث الربيع العربي في كل من مصر، وتونس، وليبيا، وسوريا، واليمن؟
- كيف عالجت المقالات في الصحف الأردنية اليومية تداعيات أحداث الربيع العربي في الأردن من خلال حديثها عن: خطب الملك وتصريحاته، ومهام حكومة الخصاونه، وسياسات حكومة البخيت السابقة؟
- كيف عالجت المقالات في الصحف الأردنية اليومية قضايا الاصلاح، وملفات الفساد؟

- كيف تناولت المقالات في الصحف الأردنية اليومية مواقف المعارضة والنقابات؟
- كيف تناولت المقالات في الصحف الأردنية اليومية الحراك الشعبي المعبر عنه بالمسيرات والمظاهرات والاعتصامات والإضرابات؟
- كيف تناولت المقالات في الصحف الأردنية اليومية مواقف الحركة الإسلامية ممثلة بصفة رئيسية بالإخوان المسلمين بصفتهم الجماعة الأكثر بروزاً في قيادة الحراك الشعبي؟
- كيف عالجت المقالات في الصحف الأردنية اليومية أحداث الربيع العربي، وتأثيراته المباشرة، وغير المباشرة، في أبعادها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والدينية؟.

منهج البحث

تم استخدام المنهج الوصفي، من خلال أسلوب تحليل المضمون للمقالات المنشورة في الصحف الأردنية اليومية الأربع، وهي الرأي الصادرة سنة 1971، والدستور الصادرة سنة 1967، والعرب اليوم الصادرة سنة 1997، والغد الصادرة سنة 2004.

وتجب الاشارة الى أن تحليل المضمون، يقوم على تحليل المادة الإعلامية المطلوب دراستها للتعرف على ما تتضمنه من معلومات وبيانات واتجاهات، وما تحاول أن تؤكده من انطباعات وتأثيرات إعلامية معينة. ويفيد هذا الأسلوب كذلك، بتحليل كل موضوع من الموضوعات بطريقة تفصيلية بهدف التعرف على ما يشتمل عليه من نقاط رئيسية، وما يركز عليه من اتجاهات، وما يستهدف توصيله من معلومات معينة، أو الإيحاء به من أفكار ومقاصد خاصة[1].

وقد استخدمت الدراسة أسلوب التحليل الكميّ، الذي يبين أعداد المقالات وأنواعها والنسب المئوية لكل منها في كل واحدة من الصحف موضوع الدراسة، ونقصد بأنواع المقالات، المضامين التي تم تصنيفها إلى(سياسي/محلي) المتصلة بالشأن الأردني، وتطورات المشهد السياسي الأردني المرتبط مباشرة بتطورات المشهد العربي فيما تم التعارف عليه باسم الربيع العربي. وكذلك المقالات التي تتناول أحداث العالم العربي باسم (سياسي/عربي)، والمقالات المتصلة بالشأن الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والفني والتربوي، التي تعنى بشكل مباشر أو غير مباشر بأحداث الربيع العربي وتداعياته.

كما استخدمت الدراسة أسلوب التحليل الكيفي، الذي يطالعنا بالآراء والتعليقات والمواقف التي لا نستطيع سبر أغوارها والوصول الى الأفكار الرئيسية فيها، دون التوقف عند بعض فقراتها، التي يتضح فيها موقف الكاتب ورأيه ورؤيته وإسهامه الفكري باضاءة الحدث والتعليق عليه وتقديم خلاصة الرأي فيه. خصوصاً وأن هذه المقالات، هي في أغلبها تعليقات ترتبط يوماً بيوم، بالأحداث المتسارعة والمتجددة التي يشهدها الأردن، وسائر بلدان الوطن العربي.

والجدير بالذكر، أن أسلوب التحليل الكمي، على أهميته الذي سبق أن عرّفه (برنارد بيرلسون) بأنه ((أسلوب البحث الذي يهدف إلى وصف المضمون الظاهر للرسالة وصفاً موضوعياً ومنتظماً وكمياً)) قد تمت مراجعته من عدد من الباحثين مثل (توماس.ف كارني) الذي ركز في تعريفه لتحليل المضمون على أن الاستدلال هو الهدف الرئيسي من عملية تحليل المضمون وأنه يجب استخدامه لمحاولة الكشف عما هو مكتوب بين السطور[2].

مجتمع البحث والعينة

تم اختيار عينة عشوائية منتظمة من أعداد الصحف الأردنية اليومية الأربع من الأعداد الصادرة في شهر أكتوبر 2011، ورغم محدودية الزمن واقتصار العينة على شهر واحد، إلا أن هذه الصحف المختارة للبحث، تميزت بغزارة المادة المقالية فيها، المتصلة بشكل مباشر أو غير مباشر بأحداث الربيع العربي وتداعياته داخل بلدان الربيع العربي، أو فيما يتصل بهذه الأحداث والتداعيات داخل الأردن، وما شهده وما يزال يشهده، من دعوات يومية وفعاليات متنوعة، تطالب بالإصلاح وتعزيز الحريات العامة، والقيام بإجراء انتخابات نيابية وبلدية تتسم بالنزاهة، والحرص على المال العام، ووضع حد لملفات الفساد، مما حفلت به المقالات التي تنشرها هذه الصحف بصورة يومية.

لقد تم اختيار شهر أكتوبر 2011، الذي شهد تطورات حاسمة على صعيد الثورة الليبية، وانتهاء حكم العقيد معمّر القذافي، وتطورات مثيرة في سوريا بازدياد وتيرة العنف بين الجيش والأجهزة الأمنية وبين المتظاهرين، ناهيك عن الاشتباكات العسكرية مع

المنشقين عن الجيش. واحتدام الجدل في مصر حول الانتخابات وكيفية انتقال السلطة من المجلس العسكري المصري إلى سلطة مدنية منتخبة. والانتخابات التي تمّ وصفها بأنها الأنجح والأكثر نزاهة للجمعية التأسيسية التونسية، التي أفرزت فوزاً كبيراً لحزب النهضة الإسلامي، الذي تفاعل مع أحداث الثورة التونسية ونتائجها بانفتاح وتفهّم وقبول من أطياف الحياة السياسية في تونس. والتطورات المهمة التي شهدتها اليمن بين أنصار الرئيس علي عبد الله صالح والمنتفضين المطالبين برحيله عن السلطة.

وتمّ بناء أسبوع صناعي للعيّنة، يضمن شمول كافة أيام الأسبوع ويتيح الفرصة لأربعة أعداد من كل صحيفة من الصحف المختارة طيلة شهر أكتوبر، حاصل جمعها ستة عشر عدداً، بدأت بتاريخ10/1 لصحيفة الرأي، ثم تبعتها الدستور في 10/2، والعرب اليوم في 10/3 ، والغد في10/4، وكانت البداية في الأسبوع الثاني من يوم الأحد 10/9 للرأي، و10/10 للدستور، و10/11 للعرب اليوم و10/12 للغد..... وهكذا .

وقد بلغ عدد المقالات المنشورة في الصحف الأربع مجتمعة 316 مقالاً، منها 100 مقال في الرأي و105 في الدستور و62 في العرب اليوم و49 في الغد. وعند القراءة الأولية لهذه المقالات تم استبعاد عدد منها لأنه يتناول موضوعات لا تتصل بموضوع البحث. وقد أصبح عدد مقالات الرأي الخاضعة للتحليل 82 مقالاً بعد استبعاد 18 مقالاً، والدستور 94 مقالاً بعد استبعاد 11 مقالاً، والعرب اليوم 52 مقالاً بعد استبعاد 10 مقالات، والغد 47 مقالاً بعد استبعاد مقالين.

وحدة التحليل وفئات التحليل:

تمّ اختيار المقال كوحدة للتحليل.أما فئات التحليل فقد تمثلت بأنواع المقالات المنشورة من حيث المضامين الفكرية والتحريرية. وقد شملت المقالات في الشأن السياسي الأردني، والشأن السياسي العربي، والمقالات المتخصصة بالشؤون الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، والفنية، والتربوية.

أما فئات التحليل الفرعية، فقد تركزت فيما يخص الشأن السياسي الأردني في النقاط الآتية: أحاديث الملك وخطبه، حكومة الخصاونة، الإصلاح، المسيرات والاحتجاجات المعارضة، الإخوان المسلمين، النقابات، مكافحة الفساد، البلديات، المسائل الدينية.

وتركزت الفئات الفرعية للمقالات المعنية بأحداث الوطن العربي، في النقاط الآتية: الربيع العربي، سوريا، ليبيا، مصر، تونس، اليمن وفلسطين.

وكانت أهم الفئات الفرعية للمقالات الاقتصادية: السياسات الاقتصادية، المؤتمرات الاقتصادية، الاعتصامات والإضرابات، واقتصاديات الزراعة.

أولاً : عرض النتائج

جدول رقم (1)

عدد المقالات الخاضعة للتحليل في الصحف اليومية الأربع

الصحيفة	عدد المقالات	النسبة المئوية
الرأي	82	٪29.81
الدستور	94	٪34.18
العرب اليوم	52	٪18.90
الغد	47	٪17.09
المجموع	275	٪155

يبيّن الجدول رقم (1) عدد المقالات التي خضعت للدراسة من الصحف الأردنية اليومية الأربع موضوع الدراسة وهي (الرأي، والدستور، والعرب اليوم، والغد) ومجموعها 275 مقالاً، توزعت على النحو التالي :

الرأي 82 مقالاً، والدستور 94 مقالاً، والعرب اليوم 52 مقالاً، والغد 47 مقالاً .

جدول رقم (2)

أنواع المقال في الصحف اليومية الأربع

الصحيفة	أنواع المقال من حيث المضمون							المجموع
	سياسي - محلي	سياسي - عربي	اقتصادي	اجتماعي	ثقافي	فنيّ	تربوي	
الرأي	31	35	11	2	2	1	-	82
الدستور	43	36	4	4	4	1	2	94
العرب اليوم	24	15	12	-	1	-	-	52
الغد	31	10	6	-	-	-	-	47
المجموع	129	96	33	6	7	2	2	275

يبيّن الجدول رقم (2) أنواع المقال التي نشرتها الصحف الأردنية اليومية التي تشكل عينة البحث، وعددها 275 مقالاً، توزعت على الفئات الآتية: سياسي محلي وعددها 129 مقالاً، وسياسي عربي وعددها 96 مقالاً، واقتصادي وعددها 33 مقالاً، واجتماعي وعددها 6 مقالات، وثقافي وعددها 7 مقالات، وفني وعددها مقالان، وتربوي وعددها مقالان .

وقد توزعت هذه الفئات أو الأنواع من حيث المضمون، على صحف العينة على النحو التالي: بلغ عدد المقالات الخاضعة للتحليل في صحيفة الرأي 82 مقالاً شكلت مقالات السياسة المحلية منها 31 مقالاً، والسياسة العربية 35 مقالاً، والاقتصادي 11 مقالاً، والاجتماعي والثقافي اثنان لكل منهما، والفني مقال واحد .

وبلغ عدد المقالات الخاضعة للتحليل في صحيفة الدستور 94 مقالاً، منها 43 مقالاً للسياسة المحلية، و 36 مقالاً للسياسة العربية، وأربعة مقالات لكل من الاقتصادي والاجتماعي والثقافي، ومقال واحد للفني ومقالان للتربوي .

وبلغ عدد المقالات الخاضعة للتحليل في صحيفة العرب اليوم 52 مقالاً، تركزت في الفئات الآتية، 24 مقالاً للسياسة المحلية، و 15 مقالاً للسياسة العربية، و 12 مقالاً للاقتصاد، ومقال واحد للثقافي، وخلت من المقالات في الاجتماعي والفني والتربوي .

وبلغ عدد المقالات الخاضعة للتحليل في صحيفة (الغد) 47 مقالاً، توزعت على الفئات الآتية: السياسة المحلية 31 مقالاً، والسياسة العربية 10 مقالات، والاقتصاد 6 مقالات، وخلت هذه العينة من الاجتماعي، والثقافي، والفني، والتربوي .

وعند المقارنة بين الصحف الأربع موضوع الدراسة فيما نشرته من المقالات، في الفترة المختارة للبحث، نجد أن صحيفة الدستور حظيت بأعلى نسبة من المقالات في السياسة المحلية، تلاها في ذلك صحيفتا الرأي والغد اللتان تساوتا في عدد هذه الفئة من المقالات، ثم العرب اليوم في المرتبة الرابعة .

وشكلت مقالات السياسة العربية أعلى نسبة لها أيضاً في الدستور، تلاها الرأي مباشرة وبنسبة قريبة منها، 36 مقالاً للدستور و 35 مقالاً للرأي، وجاءت العرب اليوم في المرتبة الثالثة، والغد في المرتبة الرابعة .

وكانت أعلى نسبة لمقالات الشأن الاقتصادي في العرب اليوم، تلتها صحيفة الرأي مباشرة، بواقع 12 مقالاً للعرب اليوم، و 11 مقالاً للرأي، وجاءت الغد في المرتبة الثالثة والدستور في المرتبة الرابعة .

أما مقالات الشأن الاجتماعي فكانت النسبة الأعلى منها في الدستور تلتها الرأي، وغابت عن العرب اليوم والغد. ومقالات الشأن الثقافي كانت النسبة الأعلى فيها للدستور تلتها الرأي، ثم العرب اليوم، وخلت منها الغد.

وتساوت في المقال الفني كل من الرأي والدستور، وخلت منه العرب اليوم والغد، وانفردت الدستور في المقال التربوي وخلت منه بقية صحف العيّنة .

جدول رقم (3)

أنواع المقال في صحيفة الرأي

سياسي/محلي	التكرار	النسبة المئوية	سياسي/عربي	التكرار	النسبة المئوية	اقتصادي	التكرار	النسبة المئوية	اجتماعي	التكرار	النسبة المئوية	ثقافي	التكرار	النسبة	فني	التكرار	النسبة
أحاديث وخطب الملك	٢	٦,٤٥%	الربيع العربي	٧	٢٠%	السياسات الاقتصادية	٤	٣٦,٣٦%	الانتصار للعشيرة على حساب الدولة	٢	١٠٠%	الأدب السياسي التاريخي	١	٥٠%	فيلم (هلا لوين)	١	١٠٠%
حكومة الخصاونة	٤	١٢,٩٠%	سوريا	٩	٢٥,٧١%	العقبة الاقتصادية	١	٩%				التنوع الثقافي	١	٥٠%			
الاصلاح	٥	١٦,١٠%	ليبيا	٨	٢٢,٨٥%	الأسهم والبنوك	١	٩%									
المسيرات والاحتجاجات	٢	٦,٤٥%	مصر	٢	٥,٧١%	مؤشرات اقتصادية	٢	١٨%									
المعارضة	٢	٦,٤٥%	تونس	٢	٥,٧١%	السياحة	١	٩%									
الاخوان المسلمون	٥	١٦,١١%	اليمن	١	٢,٨٥%	الاعتصامات والاضرابات	١	٩%									
النقابات	٢	٦,٤٥%	فلسطين	٥	١٤,٢٨%	اقتصاديات الزراعة	١	٩%									
مكافحة الفساد	٢	٦,٤٥%	مجلس التعاون الخليجي	١	٢,٨٥%												
البلديات	٦	١٩,٣٥%															
المسائل الدينية	١	٣,٢٢%															
المجموع	٣١	١٠٠%	المجموع	٣٥	١٠٠%	المجموع	١١	١٠٠%	المجموع	٢	١٠٠%		٢	١٠٠%		١	١٠٠%

يبين الجدول رقم (3) أنواع المقال في جريدة الرأي، بالتركيز على الفئات الفرعية لكل نوع من هذه الأنواع، وجاءت أعلى نسبة من هذه الفئات في مقالات السياسة المحلية، للبلديات بنسبة 19.35 التي حظيت باهتمام الكتاب في عديد المقالات، نظراً لإصدار قانون جديد للبلديات أصدرته حكومة معروف البخيت السابقة، استقطب تعليقات كثيرة حول البلديات الجديدة المستحدثة، والخلافات التي شهدتها البلاد حول الانتخابات البلدية، التي قامت حكومة د.عون الخصاونة عند تشكيلها بتأجيلها، وتطويق الآثار السلبية الاجتماعية التي أثارتها مسألة البلديات والانتخابات البلدية.

تلاها في النسبة 16.1٪ وبالتساوي،المقالات التي تتناول قضايا الإصلاح ، ودور الإخوان المسلمين في معترك السياسة الداخلية،والحراك الشعبي، الذي جاء مترافقاً مع أحداث الربيع العربي.

تلاها في النسبة(12.90٪) المقالات التي تتحدث عن حكومة الخصاونة التي تم تشكيلها في شهر اكتوبر الماضي، والمهام المطلوبة منها ، وسبيلها للخروج من الأزمات المحلية، والتأكيد على النهج الإصلاحي الديمقراطي الذي عليها أن تسلكه.

تلاها،وبالتساوي، بنسبة6.45٪ المقالات التي تناولت الفئات الفرعية التالية، من مقالات السياسة المحلية ، وهي:أحاديث وخطب الملك، والمسيرات والاحتجاجات، والمعارضة، والنقابات، ومكافحة الفساد، والمسائل الدينيّة.

وكانت أعلى نسبة من مقالات الفئات الفرعية للسياسة العربية، التي تناولت الأحداث والتطورات الجارية في عدد من الدول العربية، للأحداث في سوريا بنسبة 25.71٪، مع اشتداد المواجهات وسقوط المزيد من الخسائر البشرية في هذا البلد الشقيق المجاور. تلاها أحداث ليبيا بنسبة 22.85٪ مع انهيار حكم العقيد القذافي ومقتله، وانتقال السلطة الى أيدي الثوار والمجلس الانتقالي الليبي. تلاها في النسبة وهي 20٪ المقالات التي تتحدث مباشرة عن الربيع العربي، مسبباته وتطوراته وتداعياته، في الدول التي شهدت التغييرات في هرم السلطة، وغيرها من الدول التي تصلها رياح التغيير، وتزداد فيها وتيرة الاحتجاجات الشعبية. تلاها في النسبة وهي 14.28٪ المقالات التي تتناول القضية الفلسطينية وما تشهده من فصول متعاقبة.ثم تساوت نسبة المقالات، وهي 5.71٪، التي تتناول أحداث كل من مصر وتونس، وكانت النسبة الأقل، وهي 2.85٪ للمقالات التي تناولت أحداث اليمن وشؤون مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

أما في الشأن الاقتصادي، المرتبط مباشرة بأحداث الربيع العربي، فكانت أعلى نسبة في مقالات الرأي، وهي36.36٪ للسياسات الاقتصادية، وكيفية محاصرة العجز في الموازنة، ومواجهة المديونية... إلخ، تلاها الحديث عن المؤتمرات الاقتصادية بنسبة 18٪، خصوصاً مع انعقاد القمة الاقتصادية العالمية في البحر الميت، ثم تساوت نسبة الحديث عن عدد من القضايا والموضوعات

الاقتصادية، بنسبة9٪، التي شملت كلاً من : العقبة الاقتصادية، والأسهم والبنوك، والسياحة، و الاعتصامات والإضرابات، واقتصاديات الزراعة.

وكانت النسبة الأقل، للمقالات في الشأن الاجتماعي، والثقافي والفني، كما يوضح الجدول أعلاه.

جدول رقم (4)

أنواع المقال في جريدة الدستور

سياسي/محلي	التكرار	النسبة المئوية	سياسي/ عربي	التكرار	النسبة المئوية	اقتصادي	التكرار	النسبة المئوية	اجتماعي	التكرار	النسبة المئوية	ثقافي	التكرار	النسبة المئوية	فني	التكرار	النسبة المئوية	تربوي	التكرار	النسبة المئوية
أحاديث وخطب الملك	٢	%٤,٦٥	الربيع العربي	١٥	%٤١,٦٦	السياسات الاقتصادية	٣	%٧٥	آثار الفقر	٢	%٥٠	وزارة الثقافة	%١٠٠	%٠,٢٥	الفن المسؤول	١	%١٠٠	أوضاع المدارس	١	%٥٠
حكومة الخصاونه	١٢	%٢٧,٩٥	سوريا	٣	%٨,٣٣	اقتصاديات الزراعة	١	%٢٥	الغش	1	25%	المواقع الأثرية	1	0.25%				أوضاع طلبة الدكتوراه	1	50%
الاصلاح	١٦	%٣٧,٢٠	ليبيا	٤	%١١,١١				أوضاع المتقاعدين	1	25%	ثورة الصورة	1	0.25%						
المسيرات والاحتجاجات	١	%٢,٣٢	مصر	١	%٢,٧٧							المكتبة الوطنية	1	0.25%						
البلديات	٢	%٤,٦٥	تونس	-																
الاخوان المسلمون	٢	%٤,٦٥	اليمن	٥	%١٣,٨٨															
المعارضة	-	-	فلسطين	٨	%٢٢,٢٢															
مكافحة الفساد	٦	%١٣,٩٥																		
النقابات	-	-																		
المسائل الدينية	٢	%٤,٦٥																		
المجموع	43	100%	المجموع	36	100%		4	100%	المجموع	4	100%	المجموع	4	100%	المجموع	1	1	المجموع	2	100%

يبين الجدول رقم(4) أنواع المقال في صحيفة الدستور، وكانت أعلى نسبة في فئة السياسة المحلية، وهي 37.20٪ للمقالات التي تتناول قضايا الإصلاح، تلتها المقالات التي تناولت الحديث عن تشكيل حكومة الخصاونه بنسبة 27.90٪، تلتها المقالات التي تناولت قضايا الفساد ومكافحة الفساد بنسبة 13.95٪، وتساوت نسبة المقالات التي تناولت التعليق على أحاديث وخطب الملك، والمسيرات والاحتجاجات، والبلديات، والإخوان المسلمين، والمسائل الدينية، وهي 2.32٪.

وشكلت المقالات التي تناولت الربيع العربي، ضمن فئة(سياسي/عربي)أعلى نسبة في إطار هذه الفئة، وهي 91.66٪، تلتها في النسبة، وهي22.22٪، المقالات التي تحدثت عن القضية الفلسطينية وتطوراتها، تلتها في النسبة المقالات التي تناولت أحداث اليمن، وهي 13.88٪، تلتها المقالات التي تناولت أحداث ليبيا بنسبة11.11٪، وكانت أقل نسبة للمقالات التي تناولت أحداث مصر، وهي 2.77٪، وغاب الحديث عن تونس في العينة المبحوثة من صحيفة الدستور.

وتركز الحديث في المقالات التي تناولت الشأن الاقتصادي على السياسات الاقتصادية بنسبة 75٪، ثم اقتصاديات الزراعة بنسبة25٪.

وتناولت المقالات في الشأن الاجتماعي قضايا الفقر وآثاره بنسبة50٪، ثم ظاهرة الغش، وأوضاع المتقاعدين بنسبة متساوية لكل منهما.

وجاءت المقالات المتصلة بالشأن الثقافي بنسب متساوية، للموضوعات التي تناولتها بالتعليق وهي: وزارة الثقافة، المواقع الأثرية، ثورة الصورة ، والمكتبة الوطنية.

ونشرت الدستور مقالاً واحداً فنياً يتصل بموضوع البحث، ومقالين في الشأن التربوي.

جدول رقم (5)

أنواع المقال في صحيفة العرب اليوم

سياسي/محلي	التكرار	النسبة المئوية	سياسي/عربي	التكرار	النسبة المئوية	اقتصادي	التكرار	النسبة المئوية	ثقافي	التكرار	النسبة
حكومة الخصاونه	8	٪33.33	الربيع العربي	5	٪33.33	السياسات الاقتصادية	6	٪50	المسرح السياسي	1	٪100
الاصلاح	6	٪25	مصر	2	٪13.33	الصناعة	1	٪8.33			
الفساد	5	٪20.8	تونس	1	٪6.66	اقتصاديات النفط	1	٪8.33			
البلديات	4	٪16.6	سوريا	3	٪20	اقتصاديات الزراعة	2	٪16.66			
الاخوان المسلمون	1	٪4.16	فلسطين	4	٪26.66	مؤتمرات اقتصادية	1	٪8.33			
						مشاريع خدمية	1	٪8.33			
المجموع	24	٪100	المجموع	15	٪100		12	٪100		1	٪100

يبين الجدول رقم (5) أنواع المقال المنشورة في صحيفة العرب اليوم، في الأعداد الخاضعة للدراسة، وقد شكلت المقالات التي تناولت الحديث عن حكومة الخصاونه أعلى نسبة وهي 33.33٪ بين مقالات فئة (سياسي/محلي) تلتها المقالات التي تناولت قضايا الإصلاح بنسبة 25٪، ثم تلتها المقالات التي تناولت قضايا الفساد ومحاربة الفاسدين بنسبة 20.8٪ثم موضوع البلديات والانتخابات البلدية بنسبة 16.4٪، وكانت النسبة الأقل للمقالات التي تناولت حركة الإخوان المسلمين.

وكانت أعلى نسبة في فئة مقالات(سياسي/عربي) تلك التي تناولت أحداث الربيع العربي، وهي 33.33٪، تلتها المقالات حول القضية الفلسطينية بنسبة 22.66٪، تلتها المقالات التي تتحدث عن الأحداث في سوريا بنسبة 20٪، تلتها المقالات التي تناولت الشؤون المصرية بنسبة 13.33٪، وكانت أقل نسبة للمقالات التي تتحدث عن تونس، وهي 6.66٪.

وقد حظيت المقالات التي تناولت الشأن الاقتصادي، المتصلة بأحداث الربيع العربي، بشكل مباشر أو غير مباشر، باهتمام صحيفة العرب اليوم. وكانت النسبة الأعلى في هذه الفئة الفرعية للمقالات التي تناولت السياسات الاقتصادية،وهي 50٪، تلتها المقالات التي تحدثت في اقتصاديات الزراعة بنسبة 16.66٪، وقد تساوت بقية المقالات في النسبة وهي 8.33٪، وهي تتناول بالتعليق موضوعات: الصناعة، اقتصاديات النفط، المؤتمرات الاقتصادية، والمشاريع الخدمية.

جدول رقم (6)

أنواع المقال في صحيفة الغد

سياسي/محلي	التكرار	النسبة المئوية	سياسي/عربي	التكرار	النسبة المئوية	اقتصادي	التكرار	النسبة المئوية
أحاديث الملك وخطبه	5	٪16.1	الربيع العربي	2	٪20	السياسات الاقتصادية	4	٪66.66
حكومة الخصاونة	10	٪32.2	سوريا	-		سوق العمل	1	٪16.66
الإصلاح	9	٪29.03	مصر	-		اقتصاديات عالمية	1	٪16.66
الفساد	3	٪9.67	ليبيا	-				
المسيرات والاحتجاجات	1	٪3.22	اليمن	-				
البلديات	1	٪3.22	تونس	1	٪10			
المعارضة	1	٪3.22	فلسطين	7	٪70			
الإخوان المسلمون	1	٪3.22						
المجموع	**31**	**٪100**	**المجموع**	**10**	**٪100**		**6**	**٪100**

يبين الجدول رقم (6) أنواع المقال التي نشرتها صحيفة الغد في الفترة المختارة للبحث، وقد تركزت أعلى نسبة من المقالات في فئة(سياسي/محلي)على حكومة الخصاونة وذلك بنسبة 32.2٪، تلتها المقالات التي تتحدث في قضايا الإصلاح بنسبة29.03٪، تلتها المقالات التي تناولت التعليق على أحاديث الملك وخطبه بنسبة 16.1٪، تلتها المقالات التي تناولت الحديث عن الفساد ومكافحة الفساد بنسبة 9.67٪، وتساوت نسبة المقالات التي تناولت بقية القضايا التي تشتمل عليها هذه الفئة، وهي 3.22٪وقد تركزت في العناوين الآتية: المسيرات والاحتجاجات، البلديات، المعارضة،والإخوان المسلمون. أما فئة (سياسي/عربي) فإن (الغد) لم تتوسع كثيراً في تناولها بالمقالات والتعليقات في الأعداد التي شملتها عينة البحث، وكانت أعلى نسبة فيها للحديث عن القضية الفلسطينية وتطوراتها، وهي70٪، وجاءت في المرتبة الثانية المقالات التي تناولت أحداث الربيع العربي بنسبة 20٪،والنسبة الأقل تناولت أحداث تونس وهي10٪، وغابت المقالات التي تتناول بالتعليق كلاً من: سوريا، ومصر، وليبيا، واليمن،

وذلك على وجه التحديد، لأن المقالات المندرجة تحت عنوان(الربيع العربي) تتناول الأحداث الجارية في البلدان العربية، آنفة الذكر، بصورة عامّة.

وشكلت المقالات التي تناولت السياسات الاقتصادية النسبة الأعلى، في فئة مقالات الاقتصاد، وهي 66.66٪، تلتها المقالات التي تناولت: سوق العمل، والاقتصاديات العالمية بنسبة متماثلة.

ثانياً - قراءة تحليلية ونماذج من الكتابات المقالية

سعت الدراسة، كما أسلفنا، للإجابة على عدد من الأسئلة، تتصل بكيفية معالجة الصحف الأردنية اليومية لأحداث الربيع العربي، سواء داخل الدول العربية التي شهدت أحداث الربيع العربي، أو تداعيات هذه الأحداث على الساحة الأردنية.

وهذا التحليل يتمثل بالتركيز على مقالات الصحف الأردنية اليومية، وتقديم فقرات مما أورده كتابها، في استجابتهم لأحداث الربيع العربي وتداعياته.

أ - الشأن الأردني في مقالات صحيفة "الرأي"

علّقَ (سميح المعايطة) رئيس تحرير صحيفة الرأي على صدور الإرادة الملكية بالمصادقة على التعديلات الدستورية بالقول، إنها "رسالة واضحة بأن الدولة جادة في الإصلاح"[(3)] وقال (هايل ودعان الدعجة)، إن الطريقة التي تعامل بها الأردن مع أجواء الربيع العربي جعلت منه "نموذجاً إصلاحياً إقليمياً يحتذى ويعتدّ به في المنطقة وفي العالم" و "ما يشهده الأردن من ورش عمل سياسية تهدف إلى البناء الوطني الإصلاحي عبر ترجمة مخرجات وتوصيات لجنتي مراجعة نصوص الدستور والحوار الوطني إلى أدوات وتشريعات قانونية ناظمة للحياة السياسية"[(4)] وقال (غازي الزعبي) إن الضغوط والتحديات التي تواجه الأردن داخلياً وخارجياً "استدعت القيام بعملية إصلاح واسعة"[(5)].

وقال (سميح المعايطة): "ما دمنا جميعاً نريد الإصلاح فإننا نعود إلى ما قاله الملك مرة بعد مرّة بأننا لا نخشى الإصلاح، وعمليات التواصل والحوار أولوية حتى لو كانت بعيدة عن الأضواء والإعلام، ولكن دون أي استعراض سياسي لنصل في النهاية إلى ما يلزم الأردن وحتى نستطيع البناء على ما تم من خطوات إصلاحية"[(6)] وفي مقال آخر قال (سميح المعايطة): إن علينا أن ندخل "حواراً جاداً لكن ليس بمنطق الاستقواء على الدولة أو فرض

املاءات وشروط بل بمنطق البحث عما يخدم الإصلاح ويعززه ويقدم عوامل النجاح لخارطة الطريق التي أعلنها وقادها الملك"[7] . واعتبر (هايل داوود – أمين عام حزب الوسط الإسلامي) أن الربيع العربي "كان له دور كبير في إعطاء جرعة كبيرة من الثقة للمواطنين بحقهم في التعبير والمطالبة بحقوقهم، وفي قدرتهم على الوصول إلى ما يريدونه، وساهمت في كسر حاجز الخوف والرهبة عند المواطنين"[8] .

وقال (صالح لافي المعايطة) إن الملك تبنى الديمقراطية ونادى بها قبل ثورات الربيع العربي "ولهذا سمّي بملك الإصلاح وقائد الإصلاح وهو الأقرب إلى نبض الشارع والاستجابة لمتغيرات البيئة المتحركة، من هنا أصبحنا نموذجاً يحتذى به في المنطقة في ربط التنمية بالأمن لأنه لا أمن بدون تنمية"[9] .

لقد استوقف قانون الانتخابات البلدية عدداً من كُتّاب الرأي، خصوصاً بعد احتدام الجدل بشأن استحداث عدد كبير من البلديات الجديدة، وما أعقب ذلك من حوارات ساخنة وعنف مجتمعي في بعض البلدات والمحافظات . وقال (محمد ناجي العمايرة)، إننا "لا نجد أن جميع البلديات المستجدة لديها الحاجة ذاتها لتكون مستقلة" "إن القرار يفتقر إلى الضوابط والمعايير، ويستجيب للضغوط الشعبية الاجتماعية منها والعشائرية وما يخالطها من مزاجية وفردية ومصالح خاصة"[10] ولكن الصحيفة بتوقيع (نزيه) تقول "ما تزال أمامنا .. خطوات عديدة وصولاً إلى يوم الانتخابات البلدية التي نريدها الدرس الأكمل والأجمل لممارستنا الفعل الديمقراطي بالمواصفات المطلوبة"[11]. وقال (مروان الفاعوري) إن "المصلحة العليا والعامة لكل مدينة يجب أن تكون حاجزاً مانعاً أمام المصالح الفردية والعائلية الضيقة التي تسعى للوجاهات والمشيخات"[12] .

ونحن في الأردن، كما يقول (بسام العموش) كشعب متعلم لنا مطالبنا الإصلاحية وهذا حقنا لكننا مدعوّون لنحافظ على بلدنا من الخراب لا سمح الله، فرغبة س أو ص أن يكون رئيساً لبلدية لا يعني قطع الطريق لأن المتعلمين ليسوا قطاع طرق"[13].

وكانت جبهة العمل الإسلامي أعلنت اعتذارها عن عدم المشاركة في الانتخابات البلدية، مما حدا بعدد من كتّاب "الرأي" لانتقاد هذا الموقف، وقال (فالح الطويل) إن "البعض ممن تناولوا الموضوع يقولون إنهم يتخبطون. آخرون من العارفين بما يجري في دهاليزهم مقتنعون في أن هذه المواقف (الرافضية) ليست سوى عملية تقوقع استراتيجي أولاً لتجنب انكشافهم أمام قواعدهم والناس عموماً"[14].

وقال (أحمد الحوراني) "كيف للإخوان أن يدّعوا بعد اليوم أنهم مع الإصلاح؟ وكل ما يفعلونه أو يدعون إليه هو نقيض الإصلاح تماماً"[15]. وعلّق (سلامة عكور) على اعتذار الحركة الإسلامية عن عدم المشاركة في حكومة (عون الخصاونة) قائلاً: "لسنا مع التوجه السلبي للحركة الإسلامية رغم أنها تمارس حقها المشروع". "نريد من الحركة الإسلامية باعتبارها قوة منظمة وفاعلة ومؤثرة في المجتمع أن يكون لها دور طليعي وبمستوى حجمها في تدشين خطوات الإصلاح وفي شدّ أزر الرئيس المكلف ودعم التوجه الحقيقي والفعلي نحو بناء الدولة الديمقراطية الحديثة"[16].

وعلّق (جهاد المومني) على اعتذار الحركة الإسلامية، السابق ذكره، قائلاً: فليس صحيحاً أن الحركة الإسلامية، وهي أكبر التيارات السياسية وأكثرها إلحاحاً على طلب الإصلاح، ولو بالتظاهر كل جمعة، قابلة لأن تكون حليفاً للحكومات في الأردن، فهذا التحالف مميت بالنسبة لها وستظل تعمل كي تكون النقيض والبديل في كل الأحوال والظروف"[17].

ودخل عدد من كتّاب (الرأي) في الجدل الذي ثار حول المادة (23) من قانون مكافحة الفساد التي أقرّها مجلس النواب ولقيت ردود فعل غاضبة واحتجاجات من مختلف شرائح المجتمع، ومن هؤلاء الكتّاب (رومان حداد) في مقاله (المادة 23 والدروس الأربعة)، و (سامح المحاريق) الذي قال "هل يستحق الصحفي الذي يجتهد ويؤدي دوره من الألف إلى الياء، أن يتحمّل الغرامة الباهظة نتيجة عدم الدقة في أحد أخباره، مع أن الخطأ وارد، ونتيجة لتراجع مدخول العاملين في الصحافة، فإن بعضهم للأسف يفضل الحبس على الغرامة"[18].

ومع ازدياد وتيرة الحراك الشعبي وعملية المراجعة الشاملة للأوضاع السائدة، بدأت موجة من النقد تطال الكثير من الجهات والمؤسسات والنقابات. ومن ذلك ما كتبه (عودة عودة) حول رئاسة اللجان النقابية للنقابات "فرؤساء عدد منها الآن مستمرون في رئاستها وعلى مدار أكثر من سبع سنوات"[19].

ودعا (سلطان الحطاب) في مقاله بعنوان (نقابات على دين رجل واحد) إلى جعل عضوية النقابات اختيارية، قائلاً: "وحتى يكون لنقاباتنا دورها الفاعل في التغيير وحتى في موجة الربيع العربي وفي الإصلاح فإن عليها أن تمكّن أعضاءها من أن يعبّروا عن آرائهم ومواقفهم المختلفة لا أن تصادر أو تجيّر هذه الآراء لتصنع منهم حزباً غير معلن"[20].

وتوفرت في (الرأي) مساحة لنقد أركان المعارضة، ومنهم (ليث شبيلات) الذين وصفهم (أسامة ملكاوي) بأنهم "يتصدرون كل الندوات والمسيرات والاعتصامات، وهم الأعلى صوتاً عند كل حديث عن الديموقراطية والإصلاح وسادتهم هم غلاة الدكتاتورية والقمع"[21] وكتب (صالح القلاب) ينتقد (أحمد عبيدات) بعد مشاركته في مهرجان شعبي بمحافظة جرش لم تكتمل فعالياته، قائلاً: "البلطجية، بعيداً عنك يا رجل الدولة المحترم، هم الذين اقتحموا منطقة عشائرية مغلقة حاملين معهم شتائم لا يجوز استخدامها في بلدنا ولا يجوز اعتبارها إصلاحاً، وذلك لأن الإصلاح يبدأ بتنقية الإنسان لضميره وابتعاده عن الأحقاد وعدم استخدام مفردات نابية في مسائل سياسية مهمة"[22] . وقال (جهاد المومني): "المشكلة هي أن لا عبيدات ولا الشبيلات يتقدمون على غيرهم في ترجمة نظرية الإصلاح في شقها المتعلق بالأحزاب ومستقبل الحكومات التي يجب أن تتشكل من برلمانات منتخبة على أسس حزبية إصلاحية ووطنية قبل كل شيء"[23] .

وقد قادت المعارضة عديد المسيرات والاعتصامات والاحتجاجات مستثمرة المناخات الجديدة التي وفرتها تداعيات الربيع العربي، الذي "أسقط حاجز الخوف، وفتح الطريق أمام مختلف شرائح وفئات المجتمع للتعبير عن مظالمها، ولم يكن يخطر في بال أحد أن يرفع الأئمة والوعاظ المعتصمون سقف تحركهم إلى درجة التهديد باستخدام منابر المساجد وخطب الجمعة، لفضح ما أسموه الفساد والمفسدين"[24] .

واستقبل كتّاب الرأي تكليف (عون الخصاونة) بتشكيل الحكومة التي أعقبت حكومة (معروف البخيت) بالحديث عن المهام الواجب على رئيس الحكومة الجديدة الاضطلاع بها، ومن ذلك، ما كتبه (رومان حداد) قائلاً: "آمل أن يتمتع الرئيس الخصاونة بالحنكة السياسية اللازمة خلال المرحلة القادمة، لأنه سيحتاجها منذ اليوم الأول، فعدة أطراف في المعادلة السياسية لن تمنحه فرصة التمتع بمهلة المائة يوم المعتادة، متذرعين بعدة أسباب أبرزها أنّ الشارع لم يعد يقبل الانتظار، وبات ينتظر حلاً سريعاً وجذرياً للإشكاليات التي يعيشها يومياً"[25] .

وكتب (راكان المجالي) بعد تعيينه مباشرة وزير دولة للإعلام والاتصال، شارحاً مغزى انتقاله من الصحافة إلى السياسة، بأن "في تاريخ الأوطان العربية الحديث، لحظة يحتاج الوطن فيها إلى كل أبنائه، ويعجم فيها عيدانه) (ولأن هذه المرحلة تتميّز بطابع الإصلاح السياسي، كما شخصها جلالة الملك وضمن رؤية إصلاحية شاملة"[26] .

ونشط المعلقون الاقتصاديون في الصحيفة لبحث تأثيرات الربيع العربي على الأوضاع الاقتصادية المالية الأردنية، وفي مقدمتهم (فهد الفانك) الذي قال إن الحكومة في قراراتها تعطي الأولوية للاستهلاك على حساب الإنتاج، وتصغي إلى أصوات المستهلكين العالية في المدينة وتتجاهل صرخات المنتجين في الأغوار(27).

وحول العجز في الموازنة، قال (الفانك): "جاء الوقت للتدخل وتصويب الاتجاه الخاطئ وإعادة الأوضاع المالية إلى نصابها قبل فوات الأوان، فالموضوع مالي وليس سياسياً ولا يعالج بأساليب العلاقات العامة"(28). واعتبر انعقاد مؤتمر "دافوس" الاقتصادي في البحر الميت "فرصة لإيصال صوتنا إلى العالم الذي يبدي اهتماماً استثنائياً بما يحدث في المنطقة على ضوء الربيع العربي الذي أثار إعجاب العالم واحترامه"(29).

وعلّق (عصام قضماني) على الاعتصامات والاحتجاجات في بعض الشركات والمصانع، قائلاً إنها تبعث برسائل سلبية للمستثمرين. وما يلفت الانتباه أنه في ظل ما يجري من تصعيد ضار، نجد التداخل المثير بين طالبي الحقوق الفعليّين والمدّعين.(30) وقال (قضماني) إن الحكومة الجديدة أمام استحقاقات اقتصادية تستدعي الجرأة، بتهميش الشعبية، "وعليها أن لا تلجأ للترحيل، حتى لو كانت القرارات المنتظرة مغمّسة بالمعاناة، رحمة بالأجيال القادمة، خصوصاً في مسألتي المديونية والعجز"(31). وحول المهام الاقتصادية لحكومة (الخصاونة) قال (سلطان الحطاب): إن "تصحيح الحال الاقتصادي لا يكون بمعزل عن الإصلاح بشكل عام، فإن ما يصحّح الاقتصاد هو الإصلاح السياسي أولاً وقبل كل شيء"(32).

ب- الربيع العربي في مقالات صحيفة "الرأي"

نشرت الرأي مقالاً للأمير الحسن بن طلال، قال فيه، إن:

"اللحظة العربية الراهنة لحظة ليست سهلة في مسيرة منطقتنا وشعوبها، فما يطلق عليه الربيع العربي ما هو إلاّ حدث مكثف تتم فيه إعادة قراءة التاريخ وتفسيره، وإعادة تشكيل الحاضر وأبعاده، وإعادة بناء المستقبل العربي وفق معطيات جديدة، وهذا هو الأدق والأخطر، وهذا ما يشكل مصدر قلقي الأكبر. وغني عن القول إن هذا الحراك الشعبي وما نجم عنه من حالة سميت بالربيع العربي فاجأ الكثيرين من المراقبين عربياً وعالمياً، ولكنه بنفس الوقت كان تصديقاً لقراءات استشرافية لمراقبين متمرسين في

مراكز دراسات أجنبية" " ولعلنا بحاجة الى فهم معمق لكل واحد من هذين الفريقين على حدة: الفريق الذي تفاجأ بالأحداث، والفريق الذي صدقت رؤيته الاستشرافية"[33].

وقال (فايز الربيع) "إن الإصلاح السياسي يبقى منقوصاً إذا لم يصاحبه أولاً إصلاح إداري وتغير في الذهنية الإدارية"[34] وقال(حسني عايش)في نبرة ساخرةٍ إن (أتيس) طالب في التاريخ هو الدكتاتور الذي يعتقد أنه خالد وأن شعبه زائل[35].

وعلق (إبراهيم العبسي) على الانتخابات التونسية التي جاءت ثمرة ثورة تونس التي كانت بداية انتفاضات الربيع العربي، قائلاً" تشهد تونس التي انبجست على أرضها أولى براعم الربيع العربي التي اخضرت بسرعة وانتشرت على مساحة قلوب الشعوب العربية في طول الوطن العربي وعرضه، أولى ثمار ربيعها، أعني الانتخابات التي جرت قبل يومين وسجلت اقبالاً غير مسبوق وفرحاً غير مسبوق في أوساط الشعب التونسي"[36].

وقالت (هند خليفات):" أرجوكم قولوا ما شاء الله ، لا تحسدوا أول انتخابات عربية حرة تجري منذ العصر الجليدي، هكذا فجأة، انتخابات خرة في دولة عربية دون ضوضاء فتاوى أو فتن"[37].

وعلق (محمد خروب) على جولة مدنية في شوارع القاهرة للمشير محمد حسين طنطاوي رئيس المجلس العسكري المصري، قائلاً "هي إذاً إحدى (قصص) مصر بعد الثورة التي ما تزال تعيش أوضاعاً مضطربة وعدم يقين"[38] وقال (محمد خروب) معلقاً على تصريحات لمسؤولين مصريين من أن قراراتهم وطنية مستقلة وأنهم لا يتلقون تعليمات من أحد ، قائلاً: هذه"تصريحات مصرية بنكهة مختلفة عن تلك الرّطانة التي سادت طوال أربعة عقود بدت مصر خلالها وكأنها استقالت من دورها وتنصلت من تاريخها وتنكرت لعروبتها وباتت تابعاً ذليلاً ومرتهناً للولايات المتحدة الأمريكية ومتحالفة مع اسرائيل"[39] وكتبت (غيداء درويش) معلقة على المواجهات الطائفية في منطقة (ماسبيرو) بالقاهرة، قائلة "نحن لم نفرح بعد بنتائج الثورة المصرية المجيدة، والأيدي الخبيثة الملوثة التي اندست بين الناس وقامت بهذه الجريمة النكراء ليست إلاّ عملية لإجهاض الثورة في مهدها، وهذا لن يتم، فالمصريون أوعى من أن تنطلي عليهم هذه الخدع"[40].

واهتم كتاب الرأي بتطورات الأحداث في ليبيا وإسدال الستار على حكم (القذافي). وكتب(نصوح المجالي) يقول" انتهى فصل حزين آخر من فصول خاطفي الحكم في بلاد العرب"[41]. وتحدث (حازم مبيضين) عن(مسيرة التاريخ الذي يكتب اليوم بدماء

الليبيين الشرفاء، وهم يسدلون الستار على أربعة عقود مظلمة عاشوها أسرى جنون العقيد"[42] وانتقدت (ناديا هاشم العالول) طريقة قتل القذافي وعرض صورته بعد مقتله، وقالت" إن الأسباب الداعية لإبقائه على قيد الحياة كثيرة ووجيهة، فقد كانت الحاجة ماسة لاستجوابه للتوصل إلى معرفة الأسباب والمسببين للفساد"[43] واعتبر (موسى الكيلاني) أن مرحلة ما بعد القذافي هي التحدي الأكبر[44].

وعلق (محمد الرميحي) على منح جائزة نوبل للسلام للناشطة اليمنية (توكل كرمان) معتبراً أن (بعض معناه أن هناك تأييداً دولياً وتشجيعاً للمرأة العربية للانخراط في الحراك السياسي، وهي تذهب إلى المرأة من مجتمع لا زال معظم نسائه خلف جدران العزلة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية"[45].

ونالت أحداث سورية اهتمام كتاب"الرأي"، فقد علق (إبراهيم العبسي) على الفيتو الروسي والصيني لإفشال إدانة الحكومة السورية في مجلس الأمن، بأن هذين البلدين يستعيدان(دورهما الدولي في مناصرة الدول والشعوب الصديقة لهما وتحبطان المساعي الإمبريالية المرسومة للمنطقة العربية"[46].

وكتب (يوسف الحوراني) في الاتجاه نفسه، قائلاً، إن "هذا التباكي المزيف والكاذب، على الشعب السوري الشجاع، يفضح زيفه ونفاقه هذا التغاضي عن كل ما يجري على الأرض الفلسطينية، وما يتعرض له شعبها من ظلم واضطهاد واستئصال ومصادرة أراضيه وحصاره"[47] وعلق (نصوح المجالي) على تفجر الأوضاع الداخلية في سورية قائلاً" هناك وعود رسمية وقوانين جديدة توحي بالإصلاح لكنها تضيع في حمأة الصراع والمواجهات"[48] وقال (طارق مصاروة)إن "نظام الأسد يخسر على مهل، وهذه خسارة من النوع الموجع"[49] وتساءل (مصاروة) قائلاً " هل قتل الشعوب وإذلالها وإفقارها هي فعلاً الطريق إلى سوريا قلعة الوطنية والقومية والثورة والمقاومة والممانعة"[50].

وتناول عد من كتب "الرأي" تداعيات الربيع العربي على القضية الفلسطينية، ومنهم (هاشم القضاة) الذي قال: إنه، "لا بد للشعوب العربية أن تضغط على حكوماتها للوفاء بالتزاماتها القومية، وبعكس ذلك ستغدو هذه الأمة مجرد ظاهرة صوتية ويغدو ربيعها الأخضر خريفاً أصفر إذا لم تتفتح في بستانة زهور فلسطين"[51].

واعتبر (فؤاد حسين) "أن تأثيرات الربيع العربي عل الغرب بدأت بأسرع مما كان يعتقد، فالنجاحات التي حققتها ثورتا تونس ومصر شجعت شعوب الغرب على الانتفاض على استعباد رأس المال لتفاصيل حياتهم"[52].

وحذر (صالح القلاب) من الصراع الدولي على تقاسم النفوذ في المنطقة العربية بين كل من إيران، وتركيا، وإسرائيل، والولايات المتحدة بينما العرب منشغلون "بربيعهم وبخريف أنظمتهم وألاعيب أحزابهم الهزيلة والشكلية"[53].

(ج) الشأن الأردني في مقالات صحيفة (الدستور)

كتب (حيدر محمود) حول التعديلات الدستورية قائلاً: "إن بين الدستورين العظيمين عقوداً ستة من الزمان، تغيرت خلالها الدنيا وتبدلت، وانتقلت من قرن إلى آخر، يعتبر قرن التحولات المفصلية، وبخاصة في منطقتنا العربية، التي كان لون ربيعها أحمر، وظل ربيعنا نحن محتفظاً بلونه الأخضر، ولله الحمد، بفضل قيادته الحكيمة، وشعبه الطيب العظيم"[54].

وقالت (الدستور) في مقالٍ افتتاحي إن "جلالة الملك، وهو يقود معركة الإصلاح ، ويعمل بتفانٍ لتحقيق أهدافها السامية، أكد أن الإصلاح بمجمله هو عملية تراكمية، وبالتالي فالتعديلات الدستورية التي أقرها مجلس الأعيان والنواب ووشحت بالإرادة الملكية السامية، هي خطوة متقدمة، ومفصل مهم في تاريخ المملكة، وتندرج ضمن منظومة الإصلاح الوطنية"[55].

وكتب (باتر محمد علي وردم) يقول : " نحن الآن في مرحلة بناء لإدارة جديدة للدولة الأردنية ضمن مسيرة إصلاحية مؤسسّية يضبط إيقاعها الملك من حيث تقديمه للضمانات اللازمة لهذه النقلة النوعية ومنها ضمانات الحرية الإعلامية"[56].

واستقطب موضوع البلديات والانتخابات البلدية اهتمام عدد من كتاب(الدستور) ومنهم (راكان المجالي) الذي قال" إن حالة التخبط التي رافقت إصدار تعديلات قانون الانتخابات ستنعكس على الانتخابات نفسها وسوف تشكل عامل إرباك وتذمراً اضافياً، كما سيجري تحميل الانتخابات من قبل أي متضرر منها كل أوزار الفشل وتبرير رفع وتيرة الاحتجاجات"[57].

وكتب (عبد الرؤوف التل) معلقاً على قانون البلديات رقم (13) لسنة 2011 قائلاً : " إن هذا القانون لا يتفق مع نهج الإصلاح الذي نتوق إليه ولا صلة له بمشاركة المواطن في صنع القرارات التي نسعى إلى تحقيقها"" إن مخرجات هذا القانون بالتأكيد لا صلة لها بعملية الإصلاح والتفاعل السياسي الذي نتوق إليه"[58].

وتناول كتاب الدستور في عدد من المقالات المادة [23] من قانون مكافحة الفساد . وقال (رمزي الغزاوي) " كوسيلة التفافية على أي قانون قد يجرّم كل من يؤشر الى المفسدين، أو يخدش رقيق جلودهم، أو يسمعهم ما يجرح كبرياءهم)(لن نخضع، ولن نتضعضع، ولن ترعبنا الستون ألف دينار غرامة الدخول إلى قول الحقيقة"[59].

وقال (نزيه القسوس) إن الصحافة هي التي كشفت" العديد من قضايا الفساد، والصحفي الذي يكشف هذا النوع من الفساد ليست لديه وثائق لأن مهمته ليست جمع الوثائق بل الإشارة إلى مواقع الفساد، وعلى الجهات الحكومية الرسمية أن تتأكد مما يكتب الصحفي لأن هذه هي مهمتها أما أن يحال الصحفي إلى القضاء لمجرد أنه أشار إلى أن أحد المسؤولين في إحدى الوزارات أو الدوائر الحكومية أو المؤسسات العامة يمارس الفساد فهذه مسألة غير معقولة وغير مقبولة"[60].

وقد نشرت الصحيفة مقالات عديدة حول الفساد وضرورة محاربة الفساد بأشكاله وأساليبه المختلفة. وكتب (حسان خريسات) يقول: "ألسنا بحاجة إلى بذل جهود أكبر للحفاظ على المال العام ومحاربة الفساد الإداري والمالي وتوسيع المشاركة الشعبية في عملية صنع القرار""خاصية أي عملية إصلاح حقيقية هي منح المجتمع الحرية الكاملة لتحديد أولوياته ونوعية التغيير الذي يرغب في تحقيقه"[61].

وعلّق (محمد حسن التل) على موقف الحركة الإسلامية المقاطع للانتخابات البلدية، قائلاً :"قطعنا أشواطاً طويلة في ملفات الإصلاح على المستوى التشريعي الذي يمثل القاعدة الصلبة لأي عملية تطوير وإصلاح، رغم الأصوات التي مازالت تشكك في النوايا أو تثبط من العزائم"" نقول إن الحراك الإصلاحي، الذي تشهده البلاد يتطلب من الجميع المشاركة"" ونحن هنا نخاطب شيوخ الحركة الإسلامية، بأن يعيدوا حساباتهم بموضوع المقاطعة لكل شيء، لأنهم يمثلون بحركتهم وجماعتهم، جزءاً مهماً من العملية السياسية والشعبية في الأردن"[62].

وأكد (عريب الرنتاوي) الموقف ذاته من الحركة الإسلامية، قائلاً"إن واشنطن لم تعد تشعل ضوءاً أخضر في مواجهة مشاركة الإخوان المسلمين، بل وتوليّهم السلطة عبر صناديق الاقتراع، أي إن العصر الذي نسميه اليوم " ربيع العرب" هو باختصار (عصر الإخوان المسلمين) وهذا يملي عليهم، كما يملي على كل الأطراف، إجراء الحوارات والاتصالات وبناء الشبكات وعقد التحالفات"[63].

واستقبل كتاب الدستور تشكيل حكومة(عون الخصاونة) بالعديد من المقالات التي تضمنت حديث المهام والمسؤوليات والملفات التي على الحكومة مواجهتها في الأوضاع الراهنة. وكتب (حلمي الأسمر)يقول، إنّ"تعيين الرئيس عون الخصاونة في هذا المنصب سيبعث هدوءاً في الشارع الأردني، وارتياحاً ما، لكن هذا الهدوء والارتياح لن يدوما ما لم يلمس الناس العاديون أن ثمة تغيراً حقيقياً في نهج وأسلوب العمل، لا تغييراً في الوجوه""وفي هذا المقام ندعو حركات التغيير والإصلاح إلى إعطاء الرئيس فرصة للعمل، ومن ثم الحكم على الأداء، وعدم إرباك الحكومة والدولة بكثرة الاحتجاجات و الاعتصامات"[64].

وكتب (مهند مبيضين) يقول، إن"عون الخصاونة اليوم ليس خيار تهدئة، بل خيار مرحلة إصلاحية""ليس المطلوب من عون الخصاونة أن يعيد الناس المحتجين لبيوتهم، فهذه ليست مهمة، بل المهم القيام بعمل يقنعهم بشكل عقلاني بأن الإصلاح أوله وجود فاسدين في السجن وتحقيق العدالة الاجتماعية وإنهاء التهميش ومراجعة الكثير من القرارات الخاطئة التي جرى تمريرها، والوصول للناس بمناطقهم"[65].

وقالت الصحيفة بتوقيع (محرر الشؤون المحلية)"إن مهمة هذه الحكومة بالدرجة الأولى هي الإصلاح السياسي،وهذا يتطلب منها إعادة النظر ومراجعة العديد من القوانين والتشريعات، حتى تتواءم مع الدستور الجديد، والذي يؤسس لتفعيل المشاركة الشعبية، وتعزيز دور مؤسسات المجتمع المدني،في صنع القرار"[66].

وجاء في مقال افتتاحي للصحيفة إن"كتاب التكليف السامي للدكتور عون الخصاونة بتشكيل الحكومة الجديدة، يؤكد أننا أمام مرحلة جديدة، عنوانها الاصلاح السياسي، ما يعني استكمال مسيرة الإصلاح والتحديث"[67].

وقال (عريب الرنتاوي) إن (الخصاونة) يتولى " مقاليد ولايته العامة والبلاد تعاني سلسلة من الأزمات والمشاكل المركبة لعل أهمها في نظري استرداد هيبة الدولة ومؤسساتها واستعادة سيادة القانون"[68].

وقال(باتر محمد علي وردم):"نحن ببساطة، بحاجة ماسة إلى حكومة تستطيع أن تفتح حواراً فعالاً مع الرأي العام ومع المعارضة"[69].

وقال(أحمد جميل شاكر)" إننا نتطلع إلى الحكومة الجديدة بأن تنظر بأهمية بالغة إلى إزالة الاحتقانات من الشارع في كل أنحاء البلاد""المواطن يعيش قلق المستقبل والحاضر بحثاً عن العمل والوظيفة والعلاج وتخفيض كلفة التعليم الجامعي[70].

وكتب (ماهر أبو طير) إن "رئيس الحكومة أمام اختبار كبير لسمعة الحكومة، وهو أعلن أنه يؤمن بقانون من أين لك هذا، ولهذا نريد من رئيس الحكومة أن يخرج القانون من الثلاجة، ويتم وضع آليّة لتوجيه أسئلة إلى كلّ المسؤولين الحاليّين والسابقين"[71].

وقال (عمر كلاب) إن الأردنيين يريدون أن يروا الطهر يعود إلى المال العام وأن يروا الفاسدين خلف القضبان[72] وتساءل (حسين الرواشدة) عن عدم توقف احتجاجات الناس ومطالبهم رغم تشكيل ثلاث حكومات في عام واحد، قائلاً، إن " ما قدمناه من (وصفات) للعبور نحو اليقين السياسي والحل الديمقراطي الحقيقي لم تبدّد قلق الناس وشعورهم بالإحباط"[73].

ورأى عدد من الكتاب ضرورة منح الحكومة الفرصة المناسبة لحل الملفات السياسية المهمة، والتوقف عن الاحتجاجات والمسيرات. ذلك أن الخيار الوحيد، كما يرى، (باتروردم)" هو تقديم دعم للحكومة في الفترة الأولى لمساعدتها على تجاوز نقطة الانطلاق الصعب"[74] وانتقد الكاتب في مقال آخر المسيرات التي تخرج كل يوم جمعة قائلاً:" إنه بدلاً من المظاهرات والمسيرات والهتافات لماذا لا تتفق كافة التيارات السياسية والشعبية في المحافظات على تخصيص 4 ساعات للمناقشة والتفكير في واحد من التحديات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تواجه الأردن وكيف يمكن التعامل معها وإدارتها وتقديم الحلول المناسبة لها"[75].

وهو الموقف الذي عبر عنه(محمد طالب عبيدات) بقوله، "إن الإصلاح لا يعني بالضرورة الاستمرار بتواجد البعض في الشارع لغايات التظاهر حتى ولو كان سلمياً وإيصال رسائل يومية يشوبها بعض الفوضى والضغط العشوائي وباسم حرية التعبير والحق الدستوري"[76].

وتساءل (زياد أبو غنيمة) قائلاً:"فما الذي سيضيرنا لو صبرنا بضعة أشهر أخرى على حكومة القاضي عون الخصاونة حتى نرى هل هي عند وعد رئيسها وعهده" " هل سنرى فاسدين حقيقيين وراء قضبان العدالة؟ هل سنعرف أين ذهبت أموال الخصخصة هل ستعزز الحريات الصحفية والإعلامية"[77].

(د) الربيع العربي في مقالات صحيفة (الدستور)

حظيت أحداث الربيع العربي وتداعياته باهتمام كتّاب (الدستور) سواء في جوانبها الايجابية التي تقود إلى الإصلاح والتغيير أو السلبية التي تعبر عن المأزق الناشئ عن المواجهات الدامية بين المنتفضين وأركان الأنظمة الحاكمة.

وكتب (فخري صالح) عن الصورة الجديدة التي رسمها الربيع العربي للعرب في عيون العالم. حيث "صنعت منهم الاحتجاجات والانتفاضات على الاستبداد شعوباً فاعلة في التاريخ لا منفعلة به، ودفعتهم إلى مقدمة المشهد لينتبه العالم إلى كونهم قادرين على تعليم البشرية درساً في الحرية والذهاب إلى آخر الشوط في المطالبة بالعدالة والحرية والكرامة الإنسانية"[78].

وقال (ياسر الزعاترة) إن الثورات العربية جاءت "لتطرح المسار الصائب ممثلاً في تغيير حقيقي يجعل الشعب هو مصدر السلطات، ويرفض استئثار فئة بعينها بالسلطة والثورة والتحكم بالبلاد والعباد"[79]. وقال (عبد المجيد جرادات)، " إنه يحمد للثورات العربية، أنّها مهّدت لمرحلة من العمل الجاد نحو الإصلاح والتوسع في الخطط التنموية، بمفهومها الذي يوطّن العدالة والمساواة بين أبناء المجتمع الواحد على اختلاف مشاربهم"[80] وقال (يوسف غيشان)"إن شباب الربيع العربي، أدركوا اللعبة، وثاروا على الأنظمة التي وأدتهم أحياء"[81].

وكتب (رشيد حسن) قائلاً، إن " هذه الغضبة العالمية التي عمّت أكثر من 800 عاصمة ومدينة في طول العالم وعرضه، هي استفتاء على سقوط الرأسمالية المتوحشة، وهي أيضاً ثمرة من ثمار الربيع العربي، وقد وصلت أمواجه العالم كله"[82].

وكتب (خليل قنديل) حول ما تتعرض له انتفاضات الربيع العربي من قمع وتنكيل، قائلاً"ها هو العربي وهو يصنع بقوى الحراك الشبابي الناهض ثورته ضد طغيان الدكتاتور يرى ذاكرة الدهماء تنهض من رمادها الفينيقي وهي تنقض عليه وهي تصطحب معها كل الشبيحة والبلاطجة كي يفتكوا بهذا الحراك وبرموزه الشبابية، وكي يضعوا العربة قبل الحصان"[83].

وقال (حلمي الأسمر)"إن إسرائيل تدق طبول الرعب من نتائج ثورة الربيع العربي" وثورة العربي انطلقت، وقطار الشتاء الإسلامي لن يتوقف إلاّ في القدس الشريف"[84]

وفيما يتعلق بتطورات الأحداث في مصر، كتب (غسان عبد الخالق)يقول: "إن مصر بحاجة ماسة إلى قائد تاريخي قادر على أن يجتاز بالمصريين هذا الامتحان الصعب وأن يضع أقدامهم على طريق المستقبل، طريق الوحدة والإنتاج والتقدم"[85].

وقال(عريب الرنتاوي) إن الحرب ليست خياراً لحل الأزمة السورية، ولا نرى بديلاً عن الحلول السياسية المحلية والإقليمية للأزمة.[86] وقال (رشيد حسن)"إن حرف الثورات العربية عن مسارها السلمي، ودفعها للاستعانة بالأجنبي، هي سياسة أمريكية صرفة، تمهيداً لإجهاضها والسيطرة عليها، وتمزيق المجتمع العربي من خلال حروب أهلية، وبالتالي تحويل الربيع العربي إلى خريف"[87].

وقال (خيري منصور) "إن الفارق بين الديمقراطية والحرب الأهلية هي أن الأولى تعبير سلمي ونظيف وراقٍ عن الاختلاف، أما الثانية فهي خوار ثيران بدلاً من حوار البشر[88] وقال في مقال آخر:" نعرف أنه ما من معتصم في هذا التابوت الممتد من الماء إلى الماء فالعرب مشغولون بقتل بعضهم وبالبلطجة والتشبيح واقتسام غنيمة هي جثة الأم أو ما تبقى منها بعد أن التهمت الضباع ما عافته السباع"[89].

وتحدث (خيري منصور) عن صعوبات الكتابة لكثرة الخطوط الحمراء، قائلاً، " إن الوعي يلبس ويخلع كالعمامة أو الطربوش في المناسبات" " فهو باستمرار مطالب بعدم الاقتراب من خط أحمر، سواء كان هذا الخط بقلم نظام أو بقلم معارض""فهو بالضرورة عدو الطرف الآخر" "فهذه آونة من تاريخنا استقال فيها المفكر وتقاعد المثقف وصمت الشاهد، لأن من تولى التفكير من فلاسفة أيامنا العجاف هم مذيعات ومذيعون، ومتخصصون في فقه الهجاء السياسي المتبادل"[90].

وانتقد (ياسر الزعاترة) مواقف حزب الله وتناقضه إزاء أحداث البحرين وسوريا، قائلاً" في هذه المعمعة خسر حزب الله الكثير من شعبيته بين جماهير الأمة"[91] كما انتقد(عريب الرنتاوي) مواقف حزب الله الذي كان "واحدة من أنبل ظاهرات المقاومة العربية و أشجعها، قد سقطت (أو أسقطت) في اختبار ربيع العرب، وفقدت أو(أفقدت) شعبيتها وصدقيتها، وباتت جزءاً من (الثورة المضادة) في عيون كثير من الثوار"[92].

وحظي تكريم (توكل كرمان) اليمنية الفائزةبجائزة نوبل للسلام باهتمام عدد من كتاب (الدستور)، وقال (أسامة الشريف) إن "تكريم كرمان العربية هو تكريم لكل النساء اللواتي شاركن ويشاركن في مسيرة الربيع العربي"[93] وقال (رشيد حسن)

إن "فوز الناشطة اليمنية كرمان، بأهم جائزة دولية، هو اعتراف بدور المرأة العربية في الربيع العربي"[94] وقالت (محاسن الإمام)"تتمنى أن ينتشر نموذج توكّل في دول لا تقدر قيمة وشجاعة وإصرار المرأة العربية على التغيير والإصلاح[95]".

وفيما يتصل بسقوط حكم (القذافي) في ليبيا نشرت الدستور عدداً من المقالات، أحدها لـ"محمود الزيودي" عن (ليبيا بين عهدين) عهد الملك السنوسي والقذافي[96]، ومقالاً آخر كتبه (معن البياري) ينتقد بياناً ينعى فيه (القذافي) بتوقيع لائحة التيار القومي، الذي قال فيه"يحتاج قارئ البيان أرطالاً من الأعصاب الباردة ليحتمل شغف أصحابه بالعقيد القذافي[97].

هـ- الشأن الأردني في مقالات صحيفة (العرب اليوم):

شارك كتاب(العرب اليوم) في مقالاتهم بالتأكيد على أهمية الدفع باتجاه التغيير والإصلاح، الذي ينسجم مع الحراك الشعبي الذي تشهده البلاد. وقال (طاهر العدوان)"إن طريق الإصلاح لن تكون مفتوحة من دون مشاركة المعارضة في جميع الخطوات""لأن النجاح المطلوب وطنياً محدد باستقطاب المعارضة والشارع بمختلف فئاته للمشاركة في عملية الإصلاح"[98].

وقال(فهد الخيطان) "إن مسؤولية الدولة في هذه المرحلة أن تقود وعلى المستويين الرسمي والشعبي مبادرات لاستعادة الثقة لضمان مسار آمن لعملية الإصلاح"[99].

فالدولة معنية،كما يقول، (نبيل غيشان)"بالحوار مع الجميع دون استثناء""بل إن الحوار يجب أن يشمل كل الأطراف بمن فيها القوى الشبابية الصاعدة وجماعات الفيسبوك والتويتر وحركات الشارع في كل المحافظات"[100] وبيّن (طاهر العدوان) أن وثيقة التعديلات الدستورية، ووثيقة لجنة الحوار الوطني لم تحدثا أي تغيير كبير ملموس، " فالممارسات الحكومية والسياسات والقرارات والمعالجات في مواجهة الواقع الشعبي الساخط فشلت في سحب البساط من تحت أقدام المعارضة، بل عمّمت الشكوك في ماهية الإصلاح، وزادت القناعات الشعبية بأنه إصلاح صوري وشكلي"" وثانياً لأن الوثيقتين لم تحدثا نقلة نوعية في العلاقة بين الشارع وبين النظام"[101].

ودعا(رحيّل غرايبة) إلى أهمية التوافق على معالم الإصلاح القادم ومعالم الأردن الجديد، وهذه " المرحلة الانتقالية يجب أن تتم صياغة معالمها من خلال حوار واسع وعميق

وجدّي بين أطراف المعارضة من جهة، وبين الأطراف الرسمية المتمثلة بالحكومة وأجهزتها من جهة أخرى"[102] وقال(ناهض حتر) "إن الملفات المطروحة لدى الرأي العام والحراك الشعبي، لا تحتاج إلى حوارات أو ترتيبات أو أولويات أو تشكيل حكومة إنقاذ أو انتظار الانتخابات العامة، بل إلى قرار سياسي"[103].

وتحدث عدد من الكتاب عن ملفات الفساد وأهمية محاربة الفساد، وتساءل(مروان الشريدة) قائلاً"لماذا تخاف الحكومة من مجرد الحديث عن الفساد"[104] وقال(وليد شقور) إن الحكومة واصلت" مسلسل التضييق على الحريات العامة، واعتبرت الحديث عن الشخصيات التي عاثت في الأرض فساداً اغتيالاً للشخصية"[105].

وناقشت(فاطمة الصمادي) موضوع المادة (23) من قانون مكافحة الفساد، قائلة بنبرة ساخرة" صار على الصحفي أن يكون(حبّاكاً) ماهراً حتى لا ينكشف سعيه (للنيل من شرف المفسدين"[106].

وقال (محمد كعوش)"إننا عندما نطالب بالإصلاح لا داعي لاستخدام مصطلحات وهتافات متطرفة، فالهدف نبيل والتعبير عن المقصد يجب أن يكون بالحوار الهادئ الإيجابي لا بالفوضى، والشعارات ممكنة التحقيق والتطبيق بعيداً عن الاستفزاز والتعجيز، فالسياسة هي فن الممكن"[107].

وتناول (نبيل غيشان)موضوع الانتخابات البلدية، وقال "إن من مصلحة الجميع أن تجري الانتخابات البلدية بكل زخم وهدوء وشفافية لأنها جزء من عملية الإصلاح السياسي الجاري"[108].

ونشرت (العرب اليوم)" مقالات اقتصادية تناولت تأثيرات الربيع العربي وتداعياته على الاقتصاد الأردني، ومن ذلك ما كتبه(خالد الوزني) قائلاً: " إننا نعي تماماً أن ما يسمى بالربيع العربي نشأ أساساً عن مشاكل اقتصادية اجتماعية تمثلت في سوء توزيع الثروة وعدم خلق فرص كافية للشباب"[109].

وقال (سلامة الدرعاوي) إن الأموال التي تصل إلى البلاد تم صرفها على أوجه إنفاق غير رشيدة أهدرت الفرصة في إحداث التنمية المنشودة[110]. ودعا(يوسف منصور) إلى إنفاق الأموال ليس على الرواتب بل على تنافسيّة الوطن والمواطن"[111]، وقال (سلامة الدرعاوي) " إن الأردن في الأزمات السابقة كانت لديه مرونة في التعاطي الاقتصادي مع

المتغيرات السريعة. إن هذه الميزة اختفت مع وجود حكومات ضعيفة غير قادرة على رؤية المشهد التنموي من منظار خلاّق قادر على بثّ روح الثقة في الاقتصاد"[112].

واستقبل كتّاب (العرب اليوم) حكومة(الخصاونة) بعدد من التعليقات، حيث إن مهمة الرئيس الجديد، كما يرى(رحيّل غرايبة) كبيرة وضخمة، بقدر كبر وضخامة طموحات الشعب الأردني[113]. وقال(ناهض حتر)إن " للحراك الشعبي مطالبه وأولوياته في محاكمة الفاسدين واسترداد ممتلكات الدولة وإعادة إحياء القطاع العام وتعديل قانون الجنسية لمنع التجنيس السياسي والتخلي عن قانون الضريبة المصمّم لخدمة الرأسماليين وقانون الضمان الاجتماعي المجحف وإعادة هيكلة الموازنة العامة على أساس أولوية التنمية في المحافظات [114].

وتساءلت(ربى كراسنة) هل يتمكن الخصاونة من إذابة الجليد مع الإسلاميين[115] وطالب (نبيل غيشان) الرئيس الخصاونة بتجديد شباب الدولة" والتوافق على حلول تقوم على إنهاء ملفات الفساد بشكل فعّال يضع حداً فاصلاً للفاسدين بغض النظر عن واقعهم ومكاناتهم"[116].

و- الربيع العربي في مقالات صحيفة "العرب اليوم":

كتب (رحيّل غرايبة) عن الربيع العربي الذي يلهم شعوب العالم، قائلاً "أصبحت ثورة الربيع العربي وأخبارها، من أهم الأحداث العالمية في العصر الحديث، التي تتصدر النشرات الإخبارية وعناوين الصحف الرئيسية على مستوى العالم""لكن ما يدعو للأسف العميق والحزن الشديد الذي يدمي القلب""أن يذهب بعض أبناء هذه الأمة إلى الحط من شأن ثورة العرب الحديث، ولمزها والفخر من قناتها، وبعضهم يصفها بأنها(مؤامرة أمريكية) و" فوضى خلاقة"[117].

وكتب (محمد الحموري) إن الربيع العربي جاء بدءاً من2011"لتندفع الشعوب على نحو تلقائي، بعد أن خلعت ثوب الخوف الذي ألبس لها " ولا زال عالمنا العربي في مرحلة المخاض، فهناك أنظمة حكم عاندت وقاومت فانكسرت، وقبضت شعوبها على السلطة، وهناك أنظمة أخرى لا زالت تعاند وتقاوم، فسالت الدماء في الصراع المحتدم، وهناك نوع ثالث من الأنظمة يحاول الانحناء والاستجابة، لكن بقدر محدود يتناسب مداه ونوعه، مع تقييمه وتقديره اليومي واللحظي، لدرجة الضغط الشعبي وحدوده، ومدى تطور حجمه ووسائله"[118].

وقال (محمد كعوش) إن هناك من هو في الداخل والخارج يعمل بأجندات خارجية"على اختطاف الثورات وتنفيذ مشروع الفوضى الخلاقة"[119].

وفيما يتصل بتطورات الأحداث في مصر، قال(جواد البشيتي) إنه كان على المجلس العسكري الحاكم، أن يقرر " بالاتفاق مع ميدان التحرير عاصمة الثورة المصرية، مساواة المصريين جميعاً في الحق في بناء دور العبادة"[120].

وحول التطورات التي شهدتها تونس، كتب(زهير قصيباتي) يقول: " في تونس وأي من عواصم الربيع، النقيض الطبيعي لنهج الإقصاء والتسلط، والذي هبّ الربيع العربي لإطاحته، هو الحوار والمشاركة والعدالة"[121].

ونشرت (العرب اليوم) عدداً من المقالات حول أحداث (سورية) منها مقال (ناهض حتر) الذي حذر فيه من أطماع تركيا ونزعتها إلى الهيمنة الإقليمية، وأن هذا ما يحركها نحو سورية، وليس الحرص على الحرية والديمقراطية والإسلام[122].

وكتب (موفق محادين) مقالاً حذّر فيه من إخضاع سورية للتدخل العسكري باسم الحماية الدولية للمدنيّين[123].

وتحدث (طاهر العدوان) عن فصول من" حملات التضليل والتزوير الإعلامي لحقائق وقائع الثورة السورية"" بما يكفي لكشف فضائح ووحشية نظام بنى تاريخه ووجوده على هذه الأساليب"[124].

ذ- الشأن الأردني في مقالات صحيفة"الغد":

تناول كتاب (الغد) في مقالاتهم تداعيات الربيع العربي على الساحة الأردنية، فيما يتصل بقضايا الإصلاح والتغيير والمطالب التي يركّز عليها الحراك الشعب الأردني.

وقالت الصحفية بتوقيع (الراصد) "إن علينا أن نتذكر أن الأردنيين بانتظار إجراءات إصلاح فعليه،تخرج من رحم اللجان،ومن خانة التنظير والتصريح، لا لتبقى حبراً على الورق، بل لتصبح واقعاً ملموساً على الأرض"[125].

وتساءل (أسامة الرنتيسي)" لماذا الغياب المفجع للمثقف الأردني عن المشهد السياسي والثقافي والاجتماعي"[126].

وناقشت (حنان الشيخ) القدر المتاح لحرية التعبير ومدى قدرة الصحفيين على كشف ملفات الفساد،قائلة:" كنت أتمنى أن يعلو صوتي عالياً للمطالبة بحقوقنا في

سقوف عالية للتعبير، والحصول على المعلومة، والاحتفاظ بحق التكتم على مصدرها، واحترام خصوصية الآخرين... ولكن"[127].

وأشاد (جمال القيسي) بشخصية رئيس محكمة التمييز القاضي (محمد سلامة المحاميد) قائلاً، "إن الناس إذا شعروا بأنهم لا يظلمون، وأنهم على مسافة واحدة من سلطة القضاء، فلن يدخروا انتماءهم ولا ولاءهم بحال، لأنهم لسبب بسيط يكونون قد شعروا بالأمن الاجتماعي"[128].

وكتب(مصطفى صالح) حول (الفساد) قائلاً، "إن فساد المال ليس هو الأخطر على المجتمع ولكنه فساد الأخلاق الذي يتسبب في كل أنواع الفساد الأخرى"[129].

وقال(غازي الذيبة)إنّ" الماضي أمام أعين الجميع، ولا أحد سيتسامح بغياب محاسبة الفاسدين الذين نهبوا وخربوا وسرقوا أموالنا"[130].

وكتب (فؤاد أبو حجلة) حول سرقات المياه بواسطة الآبار الارتوازية المخالفة التي حفرها متنفذون في مزارعهم، قائلاً: " إنها صورة أخرى للفساد الذي يستشري في شرايين حياتنا، فالحكومة تعرف أين تقع هذه الآبار وتعرف من يملكها، وتختار الصمت على السرقة لأن أصحاب الآبار من ذوي الأوزان الثقيلة"[131].

وكتبت(جمانة غنيمات) تقول، "إن البعض يحاول التجاوز عن الإصلاح السياسي والقفز للحديث عن تهالك الوضع الاقتصادي نتيجة للحراك الشعبي""إن الحل في ظل المعطيات الحالية وبالدرجة الأولى سياسي بامتياز، يقوم على محاربة الفساد، واستعادة هيبة الدولة"[132].

وقال(ياسر أبو هلاله) "إننا نجحنا في تجنب الدخول في دوّامة العنف، وحققنا إصلاحات نظرية مهمة سواء في لجنة الحوار أم لجنة الدستور، لكن الأزمة العميقة في الثقة بين المواطن والدولة ما تزال قائمة"[133].

وحول الجدل الذي ثار في موضوع البلديات والانتخابات البلدية، قال(باسم الطويسي)"إننا نحتاج إلى تطوير أنموذج أردني يدمج بين الإصلاح السياسي والإصلاح التنموي، وفق صيغة تتجاوز مفهوم اللامركزية الإدارية بمضمونها التقليدي، وذلك بالانتقال نحو مفهوم الديمقراطية المحلية، أي الديمقراطية التي تمارسها المجتمعات المحلية على مستوى المحافظات"[134].

وكتب (محمد أبو رمان) يقول، إن" ما يحتاجه الشارع حصرياً، كي يمنح(المشروعية) لهذه الإصلاحات، ويسير معها، هو الثقة بالدولة وبنزاهة سياساتها من الفساد"[135].

وعلق (إبراهيم سيف) على الاحتجاجات الجماعية المنتشرة، قائلاً، "إنها في ازدياد، ويرجح أن تتواصل لأنها أثبتت نجاعتها في تحقيق بعض المطالب"[136].

وناقش المحررون والمعلقون الاقتصاديون من كتاب (الغد) قضايا الاقتصاد والأوضاع المالية الأردنية، وقال(حسن الشوبكي) "إن المقلق في كل ما يجري حولنا، هو استسهال الاستدانة وتضخيم المديونية إلى مستويات تبدو خطيرة"[137].

وانتقدت (جمانة غنيمات) بعض القرارات الحكومية في التعيينات، وقالت "إن ثمة وزراء في الحكومة تعينوا ولم نسمع منهم حرفاً واحداً، وكل ما سيتركونه لنا بعد أن يغادروا الدوّار الرابع فاتورة تقاعد تتضخم يوماً بعد يوم، وتزيد عبء النفقات الجارية"[138].

وقال (جواد العناني)"إنه رغم أهمية الإصلاح السياسي، إلاّ أن التفكير فيه يصبح ترفاً لو، لا سمح الله ، انفجر الوضع الاقتصادي"[139].

وقال (سليمان الخالدي) "إن التسييس المفرط الذي شاب الحديث عن السياسات الاقتصادية لأغراض كسب الشعبية، أضَرَّ كثيراً بالمناخ الاستثماري"[140].

واستقبل كتاب (الغد) حكومة (عون الخصاونه) بعديد المقالات، وقال(محمد أبو رمان)" إن تحولات مهمة ومفصلية حدثت خلال اليومين الماضيين ردّت الروح لعملية الإصلاح، بدأت بتغيير الحكومة ، ورسائل الانفتاح على المعارضة والإسلاميين، ومن ثم رسالة الملك التاريخية لمدير المخابرات العامة الجديد"[141].

وقال(إبراهيم الغرايبة) "إن الحكومة الجديدة تلقت قدراً هائلاً من الأفكار والملاحظات والاقتراحات""ولعلها ظاهرة جيدة على أي حال، تتيح المجال للحوار وملاحظة الأولويات ووجهات النظر المختلفة، والمصالح المختلفة أيضاً"[142].

وقال (محمد سويدان)"يحتاج الرئيس المكلف إلى حوار عميق فعلاً مع القوى السياسية وخصوصاً المعارضة وعلى رأسها الحركة الإسلامية والجبهة الوطنية للإصلاح والأحزاب والهيئات التي تضمّها"[143] وقال (أسامة الرنتيسي)" إن كلمة السر الدقيقة التي لا تخطئ هي اعتماد استراتيجية جادة للإصلاح السياسي والاقتصاد المعيشي والمباشر"[144].

وكتبت الصحيفة بتوقيع (الراصد) تقول " إن مشاركة الإسلاميين والقوى السياسية التي تتبنى برنامجاً إصلاحياً جذرياً في الحكومة الجديدة سيعطيها زخماً هي بحاجة إليه"[145].

وقال (موسى شتيوي) " إن التفاهم والتعاون بين الحكومة والبرلمان أمر ضروري، والمطلوب من البرلمان أن يرقى لتحديات المرحلة، ويوفر المناخ الملائم لإنجاز القوانين المنتظرة بروح وطنية عالية"[146].

وانتقد (إبراهيم الغرايبة) تشكيل وزارة (الخصاونة) قائلاً "ماذا يتوقع الناس من وزراء ومسؤولين اختبروهم في تجارب سابقة ولم يكونوا موضع رضا، ماذا يتوقع دولة الرئيس أن يفسّر للناس اختيار وزراء ليس معروفاً عنهم خبرات سابقة عظيمة ومميزة"[147].

ونشرت (الغد) عدداً من المقالات تعليقاً على خطاب الملك في افتتاح الدورة العادية من البرلمان، منها ما وقعه(الراصد) قائلاً: " فبمنتهى الحسم، قدم جلالة الملك رؤيته لمستقبل البلاد بالقول إن (الهدف النهائي من عملية الإصلاح السياسي هو الوصول الى حكومات نيابية)[148].

وقال (محمد أبو رمان) " كان الملك أكثر وضوحاً عندما تعهد بأنه ستتم مشاورة البرلمان في تشكيل الحكومات بدءاً من (المجلس القادم)"[149].

وقال (موسى شتيوي) إن هناك رسائل مهمة تضمنها خطاب العرش" وأولى هذه الرسائل هي التأكيد على أن الإصلاح السياسي ما يزال يشكل الأولوية للدولة الأردنية"[150].

وكتب (محمد خير الرواشدة) تحليلاً سياسياً وصف فيه خطاب الملك بأنه"ثورة سياسية تعيد ترتيب المشهد"[151].

ح- الربيع العربي في مقالات صحيفة(الغد):

كتبت(جمانة غنيمات) عن الأوضاع الاقتصادية التي يواجهها الشباب العربي وقادت للتغييرات والحراك الشعبي الكبير. قائلة: "إن المشهد السياسي متشابه في كثير من الدول العربية مع بعض الخصوصية لكل بلد، إلاّ أن الخطوط العريضة العامة كانت تكشف الصورة البشعة والخطيرة التي سادت في البلدان العربية، والعناصر المشتركة بينها، ومنها الفساد المنظم وغياب الديمقراطية والاستهتار والاستخفاف بكرامة المواطن العربي"[152].

وقال (ياسر أبو هلاله): "لم تتفتح أزهار الربيع العربي في تونس صدفة. فالشعب العظيم راكم وعياً ومعرفة وتعليماً إلى جوار فداء وتضحية ونضال، ذلك كله انفجر ثورة مجيدة في لحظة تاريخية نادرة"[153].

وكتب (عيسى الشعيبي) حول انتظار الفلسطينيين، وسؤالهم:"متى يصل الربيع العربي إلى ديارهم المسكونة بالاحتلال والانقسام"[154].

وقال (إبراهيم سيف) إن ما يحرك الناس هو الشعور بالظلم، " والحصيلة أن هناك ثورة على النظام العالمي، أبرز تجلياتها هذه الحركة المتنامية غير القانعة بما يجري داخل الدول، سواء العربية بربيعها المرتبك والغامض، أو بعض الدول المتقدمة" " بات هناك إجماع على ضرورة إحداث تغييرات جذرية فيما يجري"[155].

الخلاصة

واجهت الصحف الأردنية اليومية ملفات المرحلة الراهنة وتداعيات الربيع العربي من خلال المقالات والتعليقات العديدة التي تنشرها بصفة يومية، سواء فيما يتصل بالدول العربية التي شهدت انطلاق الأحداث التي سميت بالربيع العربي، أو في الشأن الداخلي الأردني المتأثر بهذه الأحداث.

- ناقشت مقالات الصحف الأردنية، الملفات الداخلية العامة، سواء في عهد حكومة معروف البخيت، أو في عهد الحكومة التي خلفتها، وهي حكومة عون الخصاونة، وتركزت على التعديلات الدستورية وقانون البلديات والحوار الوطني وقضايا الإصلاح ومحاربة الفساد ودور المعارضة و في طليعتها الحركة الإسلامية المتمثلة بالإخوان المسلمين.
- علّق كُتّاب الصحف الأردنية في مقالات عديدة على المسيرات والاحتجاجات والإعتصامات التي شهدها الأردن، وما يزال يشهدها، معللّة أسباب هذه المسيرات والاحتجاجات، ومطالبة في الوقت ذاته بالحدّ منها، لما تتركه من آثار سلبية على مسألتي الأمن والاستقرار الاجتماعي والحياة الاقتصادية.
- طالب عدد من الكتّاب بالحوار مع المعارضة وإشراكها في مسيرة الإصلاح والجلوس معها للاستنارة برأيها والاستفادة من برامجها الإصلاحية.
- اعتبر عدد من الكتّاب ما ورد في خطاب العرش التزاماً ملكياً ورسائل مهمة بل ثورة سياسية تعيد ترتيب المشهد السياسي الأردني عندما أكد الملك على أن (الهدف النهائي من عملية الإصلاح السياسي هو الوصول إلى حكومات نيابية).
- اعتبر عدد من الكتّاب أن الحوار مع الحركة الإسلامية واشراكها في الحكم يشكل بادرة مهمة لترشيد العمل السياسي الوطني ما دامت تشكل قاعدة أساسية في المعارضة وتمتلك برنامجاً واضحاً للإصلاح في الوقت الذي انتقد فيه كتّاب آخرون الحركة الإسلامية بسبب اعتذارها عن المشاركة في الانتخابات البلدية أو النيابية.

- قام عدد من الكتّاب باستقبال تشكيل حكومة الخصاونة بالترحيب استناداً إلى تاريخه السياسي وخبرته القانونية ووقوفه على مسافة واحدة من كافة الهيئات السياسية، وقدموا لحكومته الكثير من الأفكار حول المطلوب منها إزاء الملفات الداخلية الحساسة.
- أعرب عدد من الكتّاب عن عدم رضاهم عن التشكيل الوزاري في حكومة الخصاونة، بالنظر إلى خبرات الوزراء ورصيدهم السياسي والنظر إلى عدم وجود إنجازات مثمرة لهم عندما تسلموا هذا المنصب من قبل.
- انتقد الكثير من كتاب المقالات قانون الانتخابات البلدية، وما جرى من فصل لعدد من البلديات أو دمجها واستحداث حوالي مائة بلدية جديدة، الأمر الذي يقود إلى التوتر الاجتماعي وزيادة الأعباء الاقتصادية، وذلك في عهد حكومة البخيت السابقة.
- انتقد عدد من الكتاب أركان المعارضة المعروفين برصيدهم السياسي التاريخي، لمشاركتهم في بعض المهرجانات السياسية وفي مقدمتهم أحمد عبيدات وليث شبيلات.
- انتقد عدد من الكتّاب النقابات معتبرين انها تمارس دكتاتورية حزبية، مبتعدة عن جوهر عملها النقابي.
- شدّد عدد من الكتّاب على ضرورة معرفة الأسباب التي تدفع الكثير من فئات المجتمع إلى التظاهر والاعتصام والسير في المسيرات، وتكمن في الظروف الاقتصادية والمعيشية الصعبة، وإحساسهم بغياب العدالة الاجتماعية وانزعاجهم من إفلات الفاسدين من المحاسبة.
- اهتم عدد من الكتّاب بالحديث عن الفساد، من جوانب عديدة، تتصل بالقطاع العام، وبالمال العام، والآبار الارتوازية المخالفة.
- انتقد عدد من الكتّاب إقرار مجلس النواب المادة 23 من قانون مكافحة الفساد، التي اعتبر الكتّاب تطبيقها سيؤدي إلى فرض غرامات مالية باهظة على الصحفيين الذين سيشيرون إلى الفساد دون أن تكون أخبارهم موثقة ودقيقة.
- تناول المحررون الاقتصاديون عدداً من الملفات والقضايا الاقتصادية حول السياسات المالية والاقتصادية ، وعجز الموازنة، وترحيل المشاكل الاقتصادية، والاهتمام بالاستهلاك على حساب الإنتاج، وكيفية الاستفادة من عقد المؤتمر الاقتصادي

العالمي في البحر الميت، والتحذير من الانفجار الاقتصادي، الذي كان أحد أهم أسباب أحداث الربيع العربي والعالمي.

- اهتم كتّاب المقالات بالحديث عن الربيع العربي، وأجمعوا على الإشادة بانطلاقته والثمار المرجوة منه، والنجاحات التي حققتها كل من ثورتي تونس ومصر، اللتين حصدتا التغيير بطريقة سلمية وبضحايا أقل، وأبدى الكتّاب الكثير من الألم فيما كتبوه حول المواجهات الدامية في كل من سوريا واليمن وليبيا.
- كان هناك شبه إجماع على إدانة قتل المتظاهرين في هذه البلدان العربية التي لم تستطع إدارة أزماتها من خلال سياسات التغيير والإصلاح والتفاهمات مع قوى المعارضة ، سواء منها التقليدية أو الشبابية الجديدة. الأمر الذي أدخل كلمة الخريف إلى جانب الربيع في الحديث عما نشهده من أكلاف باهظة في الأرواح والإمكانات الاقتصادية.
- أجمع الكتّاب الذين تناولوا ربيع ليبيا، على تحميل مسؤولية تطورات الأحداث لشخص القذافي، وأبدوا ترحيبهم بانتهاء حكمه، علماً بأن عدداً من الكتّاب انتقد طريقة مقتل القذافي، وعبر البعض الآخر عن التخوف من وقوع الثروات الليبية في أيدي دول (الناتو).
- أدان الكتّاب أحداث المواجهات الطائفية في مصر، وأجمعوا على أهمية وحدة الشعب المصري، ونشر ثقافة التسامح، وحماية دور العبادة ، محملين المسؤولية في كل ما يجري للمجلس العسكري الذي طالبه الكتّاب بالحسم في هذه المسألة.
- تراوحت مواقف كتّاب المقالات من أحداث سوريا، بين الإدانة لما يجري من قتل المتظاهرين ، وعدم استماع أهل الحكم لضرورة احتواء الأزمة، والتفاهم مع قوى المعارضة ، والتحذير من الفتنة الطائفية، والحرب الأهلية، ورفض التدخل التركي في الشأن السوري، وضرورة الأخذ بالحل العربي، والتحذير من تدويل الأزمة.

الهوامش والمراجع

1- سمير محمد حسين ، بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، 1976، ص 133.

2- عواطف عبد الرحمن وآخرون، تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 1982، ص 237- 238.

3- سميح المعايطة، رسالة ملكية، الرأي، 2011/10/1.

4- هايل ودعان الدعجة، التجاوب مع متطلبات المرحلة، الرأي، 2011/10/1.

5- غازي الزعبي، فلسفة الإصلاح، الرأي، 2011/10/1.

6- سميح المعايطة، ملفات للحسم، الرأي، 2011/10/9.

7- سميح المعايطة، الإسلاميون والبلديات، الرأي، 2011/10/17.

8- هايل داوود، احتجاجات المواطنين وهيبة الدولة، الرأي، 2011/10/17.

9- صالح لافي المعايطة، الأردن وبوابات المستقبل، الرأي، 2011/10/25.

10- محمد ناجي العمايرة، أسباب الفصل أم دواعي الوصل، الرأي، 2011/10/9.

11- نزيه، التسجيل... الفك والدمج عثرات أمام الانتخابات البلدية، الرأي، 2011/10/9.

12- مروان الفاعوري، الفصل والدمج أربك مجريات التسجيل، وفوضى في اتخاذ القرار، الرأي، 2011/10/9.

13- بسام العموش، قد تحرق النار من يشعلها، الرأي، 2011/10/17.

14- فالح الطويل، مواقف بحاجة إلى مواقف، الرأي، 2011/10/1.

15- أحمد الحوراني، ما يقول اللسان في شروط (الإخوان) ، الرأي، 2011/10/1.

16- سلامة عكور، الوقوف على (السيف سايد) ليس سياسة إصلاحية ، الرأي، 2011/10/25.

17- جهاد المومني، ليست دعوة عشاء لتعتذروا عنها، الرأي، 2011/10/25.

18- سامح المحاريق، Catch 23 ، الرأي، 2011/10/1.

19- عودة عودة، دكتاتورية لكن نقابية، الرأي، 2011/10/1.

20- سلطان الحطاب، نقابات على دين رجل واحد، الرأي، 2011/10/17.

21- أسامة ملكاوي، في موسم الحج، الرأي، 2011/10/17.

22- صالح القلاب، من هم (البلطجية) يا باشا، الرأي، 2011/10/17.

23- جهاد المومني – عبيدات يصل متأخراً لتصدّر المظاهرة، الراي ، 2011/10/9.
24- أحمد ذيبان، ملف الأئمة والوعاظ، الرأي ، 201/10/17.
25- رومان حداد، الخصاونة، اختبار الفرصة الأخيرة، الرأي 2011/10/25.
26- راكان المجالي، من الصحافة إلى السياسة.. ألسنة الخلق أقلام الحق، الرأي، 2011/10/25.
27- فهد الفانك، بين المنتج والمستهلك، الرأي، 2011/10/1.
28- فهد الفانك، الحساب الختامي لسنة 2011، الرأي، 2011/10/9.
29- فهد الفانك، دافوس في البحر الميت، الرأي، 2011/10/17.
30- عصام قضماني، رسائل سلبية للمستثمرين، الرأي، 2011/10/17.
31- عصام قضماني، برنامج الحكومة الاقتصادي، الرأي، 2011/10/25.
32- سلطان الحطاب، أصبعك على الجرح يا خصاونة، الرأي، 2011/10/25.
33- الأمير الحسن بن طلال، في الربيع العربي: زرقاء اليمامة لو نطقت ستنادي على المفكرين أم على صناع القرار أم عليهما معاً، الرأي، 2011/10/9.
34- فايز الربيع، الإصلاح السياسي والتغيّر الاجتماعي والإداري، الرأي، 2011/10/1.
35- حسني عايش، هل التنوع خير أم شر، الرأي 2011/10/25.
36- إبراهيم العبسي، تليق بك الديمقراطية يا تونس، الرأي، 2011/10/25.
37- هند خليفات، عرب (الفتوى) و (الفتن) ، الرأي، 2011/10/25.
38- محمد خروب، عندما خلع المشير بزّته العسكرية، الرأي، 2011/10/25.
39- محمد خروب، القرار الوطني (المستقل) في المشهد المصري، الرأي، 2011/10/17.
40- غيداء درويش، لوين رايحين، الرأي، 2011/10/17.
41- نصوح المجالي، القذافي طاغية استكبر على أمته وشعبه، الرأي، 2011/10/25.
42- حازم مبيضين، فلول القذافي، الرأي، 2011/10/17.
43- ناديا هاشم العالول، لسنا مع القذافي.. ولكن، الرأي، 2011/10/25.
44- موسى الكيلاني، ما بعد القذافي، الرأي، 2011/10/25.
45- محمد الرميحي، تكتيكات الغرب وربيع العرب، الرأي ، 2011/10/9.
46- إبراهيم العبسي، روسيا إذ تستعيد دورها، الرأي، 2011/10/9.
47- يوسف الحوراني، الفيتو المزدوج وإعادة الاعتبار، الرأي، 2011/10/9.
48- نصوح المجالي، الأزمة السورية مفتوحة على كافة الاحتمالات، الرأي، 2011/10/9.
49- طارق مصاروة، نموذج معارضة، الرأي، 2011/10/9.

50- طارق مصاروة، الوسيلة والغاية، الرأي، 2011/10/25.

51- هاشم القضاة، تقيّة الأمريكان السياسية ، الرأي، 2011/10/1.

52- فؤاد حسين، الغاضبون، الرأي، 2011/10/17.

53- صالح القلاب، لا تند هي ما في حدا، الرأي، 2011/10/25.

54- حيدر محمود، نعم من فوق ، الدستور، 2011/10/2.

55- الدستور، المقال الافتتاحي، الإصلاح عملية تراكمية، الدستور، 2011/10/2

56- باتر محمد علي وردم، الملك ضامناً للتحول الإصلاحي، الدستور 2011/10/2.

57- راكان المجالي، انتخابات بلديّة.. الله يستر، الدستور، 2011/10/10.

58- عبد الرؤوف التل، إصلاح البلديات أو الكارثة، الدستور، 2011/10/10.

59- رمزي الغزوي، خزقوا طواقينا، الدستور، 2011/10/2.

60- نزيه القسوس، المادة 23 من قانون مكافحة الفساد، الدستور، 2011/10/2.

61- حسان خريسات، سوء فهم، الدستور، 2011/10/18.

62- محمد حسن التل، من يجرؤ على التزوير، الدستور، 2011/10/2.

63- عريب الرنتاوي، حساسية إخوانية خاصة، الدستور، 2011/10/2.

64- حلمي الأسمر، الرئيس القاضي، الدستور، 2011/10/18.

65- مهند مبيضين، تغييرات تستعيد الثقة، الدستور، 2011/10/18 .

66- الدستور (محرر الشؤون المحلية) ، حكومة الإصلاح والقانون، الدستور، 2011/10/18.

67- الدستور (المقال الافتتاحي) ، مرحلة جديدة ، الدستور، 2011/10/18 .

68- عريب الرنتاوي، عن الرئيس المكلف، الدستور، 2011/10/18 .

69- باتر محمد على وردم، حكومة جديدة وتفاؤل مشروع، الدستور، 2011/10/18.

70- أحمد جميل شاكر، ملفات ساخنة أمام الحكومة الجديدة، الدستور، 2011/10/26 .

71- ماهر أبو طير، هل ستفتح الحكومة ملف المسؤولين الفاسدين، الدستور، 2011/10/26

72- عمر كلاب، الفساد مثل البرد سبب كل العلل، الدستور، 2011/10/26.

73- حسين الرواشدة، لكي لا نخسر فرصة تقديم الدليل الأخير، الدستور، 2011/10/26.

74- باتر وردم ، من أجل الأردن يجب ان تنجح الحكومة، الدستور، 2011/10/10 .

75- باتر وردم، وماذا عن جمعة التفكير والتخطيط، الدستور، 2011/10/10 .

76- محمد طالب عبيدات، المرتكزات العصرية للإصلاح، الدستور، 2011/10/26 .

77- زياد أبو غنيمة، صبرنا كثيراً فلنصبر قليلاً ، الدستور، 2011/10/26.
78- فخري صالح، جوائز نوبل والربيع العربي، الدستور، 2011/10/2 .
79- ياسر الزعاترة ، الكمبيوتر والتزوير والزعيم الملهم، الدستور، 2011/10/18.
80- عبد المجيد جرادات، ملامح الواقع واستشراف المستقبل، الدستور، 2011/10/10 .
81- يوسف غيشان، على قيد الحياة، الدستور، 2011/10/18 .
82- رشيد حسن، غضب عالمي، الدستور، 2011/10/18 .
83- خليل قنديل، أميّة الدهماء، الدستور، 2011/10/18 .
84- حلمي الأسمر، من الربيع العربي إلى الشتاء الإسلامي، الدستور، 2011/10/26 .
85- غسان عبد الخالق، مصر بحاجة لقائد تاريخي، الدستور، 2011/10/18 .
86- عريب الرنتاوي، هل تدخل تركيا الحرب على سوريا، الدستور، 2011/10/10 .
87- رشيد حسن، أمريكا والربيع العربي، الدستور، 2011/10/2 .
88- خيري منصور، إغفاءة بين الحفيف والفحيح، الدستور، 2011/10/2 .
89- خيري منصور، مشهد اختصر المسألة كلّها، الدستور، 2011/10/10 .
90- خيري منصور، لا أرى لا أسمع لا أتكلم، الدستور، 2011/10/26 .
91- ياسر الزعاترة، تناقض حزب الله بين البحرين وسوريا، الدستور، 2011/10/10 .
92- عريب الرنتاوي، وهكذا أخطأ سيد المقاومة، الدستور، 2011/10/26 .
93- أسامة الشريف، نوبل المرأة العربية ، الدستور، 2011/10/10 .
94- رشيد حسن، كرمان تنتصر على العقيد، الدستور، 2011/10/10 .
95- محاسن الإمام، توكّل كما عرفتها، الدستور، 2011/10/10 .
96- محمود الزيودي، ليبيا بين عهدين ، الدستور، 2011/10/26 .
97- معن البياري، قوميون ينعون (الشهيد) القذافي، الدستور، 2011/10/26 .
98- طاهر العدوان، الخطوة القادمة – الوضع الحكومي، العرب اليوم، 2011/10/3 .
99- فهد الخيطان، استعادة الثقة بخارطة الإصلاح من أين تبدأ، العرب اليوم، 2011/10/11 .
100- نبيل غيشان، الدولة الأردنية تحاور من ، العرب اليوم، 2011/10/11 .
101- طاهر العدوان، قناعات أردنية- الإصلاح شكلي، العرب اليوم، 2011/10/19 .
102- رحّيل غرايبة، التوافق على مرحلة انتقالية، العرب اليوم، 2011/10/28 .
103- ناهض حتر، إجراءات لا حوارات ، العرب اليوم، 2011/10/11 .
104- مروان الشريدة، الحكومة هل تقوى على المواجهة ، العرب اليوم، 2011/10/11 .

105- وليد شقور، الرحيل المنتظر، العرب اليوم، 2011/10/3 .
106- فاطمة الصمادي، صحافة املأ الفراغ، العرب اليوم، 2011/10/3 .
107- محممد كعوش، خريف البلديات، العرب اليوم، 2011/10/3 .
108- نبيل غيشان، هل الحكومة مؤهلة لإجراء الانتخابات البلديّة ، العرب اليوم، 2011/10/3 .
109- خالد الوزني، الملتقى الاقتصادي العالمي، العرب اليوم، 2011/10/19 .
110- سلامة الدرعاوي، 2011 هل تكون الأسوأ اقتصادياً، العرب اليوم، 2011/10/11 .
111- يوسف منصور، مبارك ملحق الموازنة، العرب اليوم ، 2011/10/11 .
112- سلامة الدرعاوي، الأردن في ظل الأزمات الاقتصادية، العرب اليوم ، 2011/10/3 .
113- رحيّل غرايبة، الرئيس الجديد والمرحلة الحرجة، العرب اليوم، 2011/10/19 .
114- ناهض حتر، الخصاونة هل يستطيع، العرب اليوم، 2011/10/19 .
115- ربى كراسنة، هل يتمكن الخصاونة من إذابة الجليد مع الإسلاميين ، العرب اليوم ، 2011/10/19 .
116- نبيل غيشان، دولة الرئيس لا عذر لك بعد الآن، العرب اليوم، 2011/10/19 .
117- رحيّل غرايبة، ثورة الربيع العربي تلهم شعوب العالم، العرب اليوم، 2011/10/11.
118- محمد الحموري، الحكومة الخفيّة تعاند القانون الحتمي للتطور وتستدرج الشعارات الحمر، العرب اليوم، 2011/10/19 .
119- محمد كعوش، فتافيت، العرب اليوم ، 2011/10/11 .
120- جواد البشيتي من اقتحام (السفارة) إلى هدم (الكنيسة)، العرب اليوم، 2011/10/11 .
121- زهير قصيباتي، الغنوشي حاكماً، العرب اليوم، 2011/10/28 .
122- ناهض حتر، سوريا في مواجهة العثمنة الجديدة ، العرب اليوم، 2011/10/3 .
123- موفق محادين، عادوا فعدنا ، العرب اليوم، 2011/10/11 .
124- طاهر العدوان، الإعلام في زمن الربيع العربي، العرب اليوم، 2011/10/11 .
125- الراصد – تحت المجهر- التعديلات الدستورية لا تقبل القسمة، الغد ، 2011/10/4 .
126- أسامة الرنتيسي، أين المثقفون الأردنيون، الغد ، 2011/10/4 .
127- حنان الشيخ، كلاكيت 2 ، الغد ، 2011/10/4 .
128- جمال القيسي، المحاميد والمهمات الجسام، الغد ، 2011/10/4 .
129- مصطفى صالح، أي فساد ، الغد ، 2011/10/12 .

130- غازي الذيبة، حكومة تحت المجهر، الغد، 2011/10/27 .
131- فؤاد أبو حجلة ، فساد ارتوازي، الغد، 2011/10/27 .
132- جمانة غنيمات، انتبهوا فميزان الحرارة معطل، الغد، 2011/10/12 .
133- ياسر أبو هلالة، حكومة أقطاب ولم لا، الغد، 2011/10/4 .
134- باسم الطويسي، البلديات: الكلفة السياسية والاجتماعية ، الغد، 2011/10/12 .
135- محمد أبو رمان، أسئلة ما قبل الانتخابات وما بعدها، الغد، 2011/10/12 .
136- إبراهيم سيف، لماذا تتواصل الاحتجاجات في الأردن، الغد، 2011/10/4 .
137- حسن الشوبكي، حذار من تفاقم المديونية، الغد، 2011/10/4 .
138- جمانة غنيمات، الحكومة أخطاء لا تتوقف، الغد، 2011/10/4 .
139- جواد العناني، ماذا سيفعل وزير المالية القادم، الغد، 2011/10/12 .
140- سليمان الخالدي، النزاهة وحدها لا تكفي، الغد، 2011/10/27 .
141- محمد أبو رمان، ساعات قليلة (قلبت) المشهد ، الغد، 2011/10/20 .
142- إبراهيم الغرايبة، نصائح للحكومة، الغد، 2011/10/20 .
143- محمد سويدان، حوار الرئيس المكلف مع القوى السياسية والنيابية ينبغي أن ينعكس على تشكيلة الحكومة، الغد، 2011/10/20 .
144- أسامة الرنتيسي، حكومة في زمن أردني مثقل بالتحديات، الغد، 2011/10/20 .
145- الراصد (تحت المجهر) ، نعم لمشاركة الإسلاميين في الحكم، الغد، 2011/10/20 .
146- موسى شتيوي، حان الوقت للمضي قدماً، الغد، 2011/10/20 .
147- إبراهيم الغرايبة، (المجرّبون) في حكومة الخصاونة، الغد، 2011/10/27.
148- الراصد (تحت المجهر)، عندما يحسم الملك جدل المرحلة، الغد، 2011/10/27 .
149- محمد أبو رمان، التزام ملكي، الغد، 2011/10/27 .
150- موسى شتيوي، رسائل مهمة في خطاب العرش، الغد، 2011/10/27 .
151- محمد خير الرواشدة، سطور الملك الموجّهة من منبر الأمة ثورة سياسية تعيد ترتيب المشهد، الغد، 2011/10/27 .
152- جمانة غنيمات، الشباب وقود الربيع العربي، الغد، 2011/10/20 .
153- ياسر أبو هلالة، الشعب التونسي (الجاهل) ، الغد، 2011/10/27 .
154- عيسى الشعيبي، أزهار الربيع العربي في الحديقة الفلسطينية، الغد، 2011/10/4 .
155- إبراهيم سيف، لماذا يتظاهرون ضد (وول ستريت) ، الغد، 2011/10/20 .

مستقبل الصحف الورقية الأردنية

في مواجهة الصحف الإلكترونية

في ظل ثورة المعلومات والمعرفة

"دراسة مسحية"

د. علي نجادات

قسم الصحافة

كلية الإعلام - جامعة اليرموك

تنبأ الخبراء بانتهاء عصر الصحافة الورقية منذ زمن بعيد، وتحديدا منذ أن ظهرت أجهزة الراديو، وبعدها أجهزة التلفزيون، وثورة الفضائيات، وأخيرا شبكة الإنترنت، إلا أن الصحيفة الورقية استطاعت وفي كل مرة أن تصمد وتكيف نفسها، لا بل وتستفيد من الجديد لخدمتها وتطورها. لذا فقد جاءت هذه الدراسة لتبحث في مدى منافسة الصحف الإلكترونية للصحف الورقية الأردنية، وفيما إذا كانت العلاقة بينهما هي علاقة تكامل وتنافس أم علاقة إلغاء وإقصاء.

وتصنف هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، وقد لجأ الباحث فيها إلى منهج المسح، حيث تمت دراسة جمهور القراء من الطلبة المبحوثين، وقد كشفت نتائج الدراسة أن ما نسبته (53.3٪) من المبحوثين يقرأون الصحف الورقية، مقابل (9.9٪) منهم يقرأون الصحف الإلكترونية، وأن ما نسبته (64.7٪) من المبحوثين لا يفضلون مطالعة الصحف الإلكترونية على الورقية، مقابل (35.3٪) منهم يفضلون ذلك.

كما أفادت الدراسة أن ما نسبته (63.5٪) من المبحوثين موافقون على أن الصحف الإلكترونية تساهم في زيادة هامش الحرية الصحفية، والتقليل من الرقابة على ما ينشر، أما نسبة أولئك الذين لا يوافقون، فكانت (15.3٪).

كما توصلت الدراسة إلى أن ما نسبته (75٪) من المبحوثين يعتقدون أن العلاقة ما بين الصحافة الورقية والإلكترونية هي علاقة تكامل وتنافس، بينما يرى ما نسبته (8٪) منهم أن العلاقة هي علاقة إلغاء وإقصاء.

الكلمات الدالة: الصحافة، الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية، الصحافة المطبوعة والصحافة الإلكترونية.

"Abstract"

The Future of the Jordanian printed press versus the Electronic press Under the Information Revolution:

"Printed press versus electronic press"

(A survey study).

Dr. Ali .O. Nejadat

It has been argued that the age of the printed press has gone along time ago, because of the new communication technology, especially the invention of radio, television, satellites, and finally

the internet. Yet, the printed press has not only survived, but benefited from this new technology.

Therefore, the study aims to find out the way the electronic press competes with the Jordanian printed press. It also aims to find out whether the relationship between these tow types of press is a competitive and an integral one or a confliction relationship.
Using a survey, the study concludes that 53.3% of the respondents read printed press, while 9.9% read electronic ones. It also shows that 64.7% of respondents didn't prefer the electronic ones, while 35.3% were in the favor of the electronic ones.
The study demonstrates that 63.5% of the respondents agreed that the electronic press increases the range of freedom and decreases censorship. The study concludes that 75% of the respondents believe that the relationship between the printed press and the electronic press is an integral, while 8% sees it as an exclusion relationship.

Keywords: Journalism, Printed Press & Electronic Press, Online Newspapers & Offline Newspapers.

تقديم:

لقد تنبأ الخبراء والمهتمون بانتهاء عصر الصحافة التقليدية (الورقية)، منذ زمن بعيد، فمنذ أن ظهرت أجهزة الراديو، وبعدها أجهزة التلفزيون، وثورة الفضائيات، وأخيرا شبكة الإنترنت، والخبراء من المهتمين يدقون الجرس خوفا على الصحف الورقية من كل ما هو جديد. إلا أن هذه الصحف استطاعت وفي كل مرة أن تصمد وتكيف نفسها، لا بل وتستفيد من الجديد لخدمتها وتطورها.

ويذكر الشريفُ أنَّ الصحيفة الورقية "نجحت في التعامل مع معظم هذه التحديات، بل إنها اعتمدت وسائل الاتصال الجديدة مثل التلغراف والهاتف في تطوير وتحسين أدائها، حتى إنَّ الراديو لم ينجح - رغم انتشاره السريع ووصوله إلى فئة المستخدمين الأميين الذين لم تستطع الصحيفة الوصول إليهم - في زحزحة الصحف عن قمة هرم وسائل الاتصال الجماهيري، ولعل مرد ذلك يعود إلى جاذبية ومصداقية الكلمة المكتوبة عند المتلقي"[1].

ويرى اللبان "أنَّ صناعة الجرائد ككل ليست في خطر كما يخشى معظم الناشرين، ولأن معظم هذه الجرائد قامت بإنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت، تتميز بسمات مهمة، من حيث التصميم، وجودة المضمون، والخصائص التفاعلية، وأساليب تقويم الفعالية والكفاءة، فإن هذه الجرائد تكون قد اكتسبت أرضاً جديدة للبقاء في حلبة المنافسة"[(2)].

ويمكن القول إن العلاقة بين الصحف الورقية والصحف الإلكترونية هي علاقة جدلية، مستندة إلى التنافس من أجل البقاء لأي منهما، إلا أن هناك حيزاً كبيراً في الفضاء الإعلامي لاستيعاب كلا النمطين من الصحف، لا بل، والمزيد من الوسائل الإعلامية الأخرى.

وعلى خلاف بعض الاتجاهات السائدة حاليا، والتي تتوجسُ خيفةً على الصحفِ الورقيةِ من الصحف الإلكترونية، فإن الصحف الورقية اليابانية مثلاً، لا تزال تتمتع بتوزيع قوي، فبحسب اتحاد ناشري الصحف اليابانية وكُتّابها، "فإن رقم التوزيع بلغ (53) مليونا عام 2004م، مقابل (52.8) مليوناً عام 2003م، إلا أنه وفي المقابل فإن بعض وكلاء مبيعات الصحف يدفعون رسوم التوزيع لشركات الصحف من جيوبهم الخاصة، بينما يمنحون الصحف مجاناً للعائلات، بهدف الحفاظ على نسب التوزيع، لكن وكلاء المبيعات هؤلاء يحققون مكاسب من خلال إصدارات إعلانية يضعونها داخل الصحف"[(3)].

"ويمكن القول إن الفكرة الأولى للصحافة الإلكترونية قديمة، إذ تعود بداياتها إلى سنة 1939م، عندما طُرِحَ في المعرض العالمي مشروع "الهاتف البصري"، الذي ينقل الصور بدل الأصوات، والذي يمكن تشبيهه بالمثالة (الفاكس) إلى حد ما، إلا أنَّ الحرب الكونية الثانية نشبت بعد ذلك بوقت قصير، ولم يعد ثمة مجال لمتابعة تطوير هذا الاختراع حتى السبعينيات والثمانينيات من هذا القرن"[(4)].

وبعد النصف الثاني من القرن العشرين "كانت الصحف تُرْسَلُ عبر موجات الراديو إلى عشرات الآلاف من المنازل عن طريق أجهزة الفاكس... كما عرفت الصحافة محاولات لإرسال الصحف بطريقة الفيديوتكس (Videotext) في بداية الثمانينيات، وذلك باستخدام خطوط التلفون، وبدءاً من تسعينيات القرن العشرين بدأت الصحف في الخروج إلى الإنترنت بدوافع عديدة لعل أهمها، محاولة الاستفادة من التكنولوجيا الجديدة، لتعويض الانخفاض المتزايد في عدد قرّائها وفي عائدات الإعلان"[(5)].

ويمكن القول إن دخول الصحف الورقية إلى عالم الإنترنت، جاء بعد أن شَكل ظهور الصحف الإلكترونية – التي ليس لها وجود في عالم الإعلام إلا من خلال هذه الشبكة – تهديداً لعرش الصحافة الورقية، مما حدا بها إلى دخول غمار التجربة، حيث أصبح لها مواقع إلكترونية خاصة بها، تمكّن القراء من الوصول إليها، ليس فقط عن طريق الأكشاك ومنافذ البيع المختلفة، بل عن طريق الإنترنت أيضاً.

وبالرغم من أن الكثير من الصحف الورقية أنشأت لها مواقع على شبكة الإنترنت، إلا أنها في الوقت نفسه أبقت على نسختها الورقية، "حتى إن بعض المواقع الإخبارية على الإنترنت أقدمت على إصدار طبعات ورقية لها، وذلك من مثل "Bizbach" وهي مطبوعة تهتم بالمسابقات الرياضية، ومؤسسة "Tech Target" وهي شركة تدير مواقع إلكترونية للعديد من المطبوعات على شبكة الإنترنت"[6].

وقد وجد أن المواطن الأمريكي "يتصفح يومياً ما معدله أكثر من سبعة مواقع مختلفة على الإنترنت، وذلك بهدف الحصول على الأخبار الرياضية بالدرجة الأولى، والموضوعات الاقتصادية بالدرجة الثانية، وعلى الوظائف وفرص العمل بالدرجة الثالثة، علماً بأن أغلب هذه المواقع هي لصحف إلكترونية أكثر منها لمحطات تلفزه أو لمجلات وصحف ورقية"[7].

الدراسات السابقة:

حظيت الدراسات المتعلقة بالصحافة الإلكترونية باهتمام كبير من قبل الباحثين، وقد تركز هذا الاهتمام على جوانب عديدة كان من أهمها؛ العلاقة ما بين الصحافة الإلكترونية والورقية، ومدى مقروئية الصحافة الإلكترونية مقارنة بالورقية. وفيما يلي عرض لأهم هذه الدراسات باللغتين العربية والإنجليزية.

- <u>دراسة **Carolyn And Rasha (2003)**</u>: وقد هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن الدوافع التي تجعل القراء الأمريكيين يتوجهون للصحف الورقية أو الصحف الإلكترونية. وقد كشفت الدراسة عن وجود علاقة تكاملية بين كلا النوعين من الصحف. بحيث لا يمكن للقراء الاستغناء كلياً عن مطالعة الصحف الورقية. أو تصفحهم للصحف و المواقع الإخبارية الإلكترونية. علما بأن تصفح القراء للصحف

والمواقع الإلكترونية يتميز بالتركيز والتخصيص, أما قراء الصحف الورقية فكانت قراءتهم لهذه الصحف تتسم بالسرعة وعدم التركيز [(8)]

- **دراسة القاضي ونجادات (2007)** : وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى وكيفية استخدام طلبة الصحافة والإعلام في جامعة اليرموك للإنترنت مقارنة مع وسائل الإعلام الأخرى. وقد كشفت الدراسة أن (1,56٪) من عينة الدراسة يفضلون التلفزيون على الوسائل الأخرى, بما فيها الإنترنت, أما من يفضلون الصحف الورقية والمجلات فكانت نسبتهم (1,19٪), كما أوضحت الدراسة أن نسبة من يعتقدون أن استخدام الإنترنت والصحافة الإلكترونية يؤثر كثيراً على متابعتهم لوسائل الإعلام الأخرى فبلغت (3,12٪), أما من يعتقدون أن هذا التأثر كان بدرجة قليلة فكانت نسبتهم (3,33 ٪), بينما بلغت نسبة أولئك الذين لا يعتقدون بتأثير الإنترنت و الصحف الإلكترونية على وسائل الإعلام الأخرى (4,54٪) [(9)].
- **دراسة اللبان (2005)** : وقد هدفت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث الصحافة الإلكترونية, وذلك من خلال عرض وتحليل ما أمكن الوصول إليه من البحوث والدراسات العلمية ... ، وقد توصل الباحث إلى أن الصحافة الإلكترونية ليست بديلا حتميا للصحافة الورقية, وأن الأخيرة ليست في خطر كما يخشى معظم الناشرين. ولأن معظم الجرائد الورقية، قد قامت بإنشاء مواقع لها على شبكة الويب، تتميز بسمات مهمة من حيث التصميم وجودة المضمون والخصائص التفاعلية, وأساليب تقويم الفعالية والكفاءة, فإن هذه الجرائد (أي الورقية), تكون قد اكتسبت أرضا جديدة للبقاء في حلبة المنافسة [(10)].
- **دراسة Mueller and kamerer (1995)**: وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تفضيل القراء للصحف الإلكترونية على الصحف الورقية, وقد كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين اتفقوا على أن تصفح الصحف الإلكترونية متوافر في معظم الأوقات أكثر منه في حالة الصحف الورقية, وبمتوسط مقداره (16,4), وأنَّ الصحافة الإلكترونية أكثر فائدة من الوسائل الأخرى, وبمتوسط مقداره (05,4), وأنَّ القراء يفضلون البحث عن الموضوعات من خلال الصحف الإلكترونية, وبمتوسط مقداره (95,3), وفي المقابل فإنهم لا يتفقون على أن تصفح الأخبار من خلال الصحف الإلكترونية أكثر راحة منه من تقليب صفحات الصحف الورقية وبمتوسط مقداره

(97,2)، وإنهم لا يتفقون كذلك على أن الحصول على الأخبار والمعلومات من خلال الصحف الإلكترونية أفضل من الحصول عليها من خلال الصحف الورقية، وبمتوسط مقداره (97,2) أيضا، من هنا فإنه وبرغم سهولة الوصول إلى المعلومات من خلال الصحف الإلكترونية، إلا أن أفراد العينة المبحوثة لا يجدون هذه الصحف بديلا مرضيا عن الصحف الورقية [11].

- <u>دراسة Bressers and Bergen (2002)</u> : وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مقروئية الصحف الإلكترونية في مقابل الصحف الورقية من قبل طلبة الجامعات الأمريكية. وقد كشفت الدراسة أن (8,93٪) من الطلبة المبحوثين يقرأون النسخة الورقيه من صحيفتهم الجامعية، منهم (1,45٪) يقرأونها بشكل يومي، أما من يقرأونها منهم مرتين في الأسبوع فكانت نسبتهم (3,37٪)، وأما من يقرأونها منهم بين الحين والآخر(أحياناً)، فكانت نسبتهم (6,17٪). وفي المقابل فإن ما نسبتهم (5,17٪) من الطلبة المبحوثين يقرأون النسخة الإلكترونية من صحيفتهم الجامعية، منهم (3,4٪) يقرأونها بشكل يومي، أما من يقرأونها مرتين في الأسبوع فبلغت نسبتهم (3,14٪)، أما من يقرأونها منهم بين الحين والآخر (أحيانا)، فبلغت نسبتهم (4,81٪) من الطلبة المبحوثين. كما كشفت الدراسة كذلك أن نسبة القراء انخفضت بشكل ملحوظ عندما سُئِلوا عن مدى مطالعتهم للنسخ الورقية أو الإلكترونية للصحف المحلية أو الإقليمية أو حتى للصحف الوطنية. ويمكن القول إن الباحثَين تَوَصَّلا إلى نتيجة مفادها أن طلبة الجامعات يفضلون مطالعة النسخة الورقية من الصحف الجامعية والصحف الأخرى على النسخة الإلكترونية من هذه الصحف[12].

- <u>دراسة نصر (2005)</u> : وقد هدفت هذه الدراسة إلى وصف وتحليل و تفسير الحريات الجديدة التي تسعى الصحافة الإلكترونية إلى ترسيخها، والقيود التي تتعرض لها هذه الصحافة، مقارنة بما تعرضت له وسائل الإعلام التقليدية من قيود عند ظهورها، وقد كشفت الدراسة أن الاختلاف بين الوسائل التقليدية والصحافة الإلكترونية على صعيد الحريات التي تدعو لها كل منهما تتمثل في أن الوسائل التقليدية كانت وما زالت تركز على الحريات الجماعية أو بالأصح الجماهيرية، كالحقوق والحريات السياسية والإصلاح الديني والعدالة، إلى جانب حرية التعبير. أما الصحافة الإلكترونية، فإنها إلى جانب دعمها لهذه الحريات الجماعية ترسخ أيضا الحريات الشخصية، حيث

أتاحت أمام القارئ العربي فرصاً حقيقية للتعبير الحر عن رأيه. من خلال تبادل الآراء والأفكار مع الآخرين. في أشكال الاتصال الشخصي على الإنترنت. كالبريد الإلكتروني، والمحادثة الفورية، وغرف الدردشة، والمدونات [13].

- **دراسة النجار (2006)** : وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مزايا الصحف الإلكترونية وعيوبها الأساسية. مقارنة بالصحف الورقية من وجهة نظر الشباب الجامعي في دولة البحرين. وقد كشفت الدراسة أن (5,18٪) من إجابات المبحوثين بينت أن ميزة سهولة الحصول على الصحيفة الإلكترونية جاءت في المرتبة الأولى. بينما جاءت ميزة قلة كلفة الصحيفة الإلكترونية مقارنة بالورقية في المرتبة الثانية وبنسبة (4,12٪). وجاءت إمكانية الاطلاع على الأعداد السابقة من الصحيفة الإلكترونية من خلال الأرشيف الإلكتروني الموجود بالموقع بالمرتبة الثالثة وبنسبة (12٪). أما سهولة الحصول على الصحيفة الإلكترونية أيا كان مكان صدورها. فقد جاءت في المرتبة الرابعة وبنسبة (1,9٪). أما أهم عيوب الصحيفة الإلكترونية من وجهة نظر المبحوثين فقد تمثلت بصعوبة قراءتها. وأنها مرهقة للعين، وبنسبة (4,25٪). وجاء في المرتبة الثانية العيب المتعلق ببطء الشبكة عند التصفح لأقسام الصحيفة الإلكتروني وبنسبة (4,19٪) من إجابات المبحوثين [14].
- دراسة **Waal, Schoobach and Lauf (2005)** : وقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة فيما إذا كانت الصحافة الإلكترونية يمكن أن تكون بديلا عن الصحافة الورقية ووسائل الإعلام التقليدية الأخرى. وقد كشفت نتائج الدراسة أن ما نسبة (88٪) من أفراد العينة الذين يتصفحون الصحف الإلكترونية. يقرأون النسخ الورقية منها. وبالمقابل فإن ما نسبة (42٪) من أولئك الذين يقرأون الصحف الورقية يزورون المواقع الإلكترونية لهذه الصحف. كما أفادت الدراسة أن زوار الصحف الإلكترونية يعتبرون أن الصحف الورقية و التلفزيون يعدان مصدرين مهمين للمعلومات التي تهمهم أكثر من الصحف الإلكترونية. فعلى سبيل المثال فإنهم يحصلون على (67٪) من الأخبار السياسية عن طريق الصحف الإلكترونية. وفي المقابل فإنهم يحصلون على (83٪) من هذه الأخبار عن طريق الصحف الورقية. أما التلفزيون فإنهم يحصلون على (91٪) من الأخبار السياسية من خلاله [15].

- دراسة Chyi and Lasorsa (1999) : وقد هدفت هذه الدراسة إلى دراسة حرية الوصول والاستعمال والتفضيلات المتعلقة بجمهور الصحف الإلكترونية. وقد كشفت الدراسة أنه وبالرغم من أن (70٪) من أفراد العينة المبحوثة يمتلكون حرية الوصول إلى الإنترنت في الوقت الذي يرغبون, إلا أنهم ما زالوا يعتقدون أن وسائل الإعلام التقليدية كالصحف الورقية والتلفزيون والراديو, ما زالت مسيطرة أكثر من الصحف الإلكترونية, كما كشفت نتائج الدراسة أن من بين أولئك الذين لديهم حرية الوصول إلى الإنترنت، والذين قدرت نسبتهم كما أسلفنا بـ (70٪), فإن ما نسبتة (18٪) منهم لم يستخدموا الإنترنت مطلقاً, وبالتالي لم يطّلعوا على الصحف الإلكترونية, أما أولئك الذين يقضون ما معدله (1- 5) ساعات أسبوعيا مع الإنترنت, فقدرت نسبتهم بـ (53٪), بينما بلغت نسبة من يقضون مع الإنترنت أكثر من (6) ساعات أسبوعيا (30٪), وأن ما نسبته (28٪), منهم يطالعون الصحف الإلكترونية مرة واحدة أُسبوعيا. ومن الجدير بالذكر أن الدراسة كشفت أيضا أن أفراد العينة المبحوثة يعتمدون في حصولهم على الأخبار والمعلومات المختلفة على الوسائل التقليدية أكثر من اعتمادهم على الصحف الإلكترونية, فمثلا تحصل الفئة العمرية (18- 29) سنة, على الأخبار السياسية من الصحف الورقية بما معدله (75٪), و في المقابل تحصل من الصحف الإلكترونية على ما معدله (25٪) من هذه الأخبار, أما الفئة العمرية (30- 44) سنة, فإنهم يحصلون من الصحف الورقية على ما نسبته (69٪), ومن الصحف الإلكترونية على ما نسبته (31٪) أما الفئة العمرية (45 فأكثر), فإنها تحصل من الصحف الورقية على ما نسبته (91٪) من الأخبار السياسية, ومن الصحف الإلكترونية على ما نسبته (9٪) من هذه الأخبار [16].
- دراسة الغريب (2001) : وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على ماهية الصحف الإلكترونية ومزاياها, والى أي حد تشكل هذه المزايا خطراً على الصحافة الورقية ومستقبلها, وقد كشفت الدراسة عن عجز الصحف الإلكترونية المصرية من الاستفادة من المزايا والصفات والسمات التي تقدمها الصحافة الإلكترونية, وذلك بسبب محدودية الاستفادة من تقنية النص الفائق, وتقنية الوسائط المتعددة, وغياب عنصر الجدة أو الحالية عن موضوعات الصحف الإلكترونية, وغياب إمكانية

التحديث السريع للطبعات الإلكترونية. وضعف الموارد المالية لهذه الصحف بسبب ضعف العائد الإعلاني[17].

مشكلة الدراسة وأهميتها:

إن ظهور أي وسيلة جديدة للاتصال الجماهيري، لا بد وأن تترك أثرا من نوع ما على الصحف الورقية، ذلك أن هذه الصحف تعد بمثابة الأم للوسائل التي جاءت بعدها. وقد واجهت هذه الوسيلة تحديات لا بأس بها في بداية القرن الماضي عندما ظهر الراديو إلى الوجود، ومن بعده التلفزيون في منتصف القرن العشرين، أما التحدي الأكبر للصحف الورقية فقد جاء عند ظهور الإنترنت في نهاية القرن الماضي وبداية القرن الحالي، لا سيما بعد بزوغ ما يعرف بالصحافة الإلكترونية، لذلك فإن مشكلة الدراسة الرئيسية تتمثل في التعرف على مدى منافسة الصحافة الإلكترونية للصحافة الورقية في الأردن، وما هو المستقبل الذي ينتظر الصحافة الورقية الأردنية في ظل ثورة المعلومات والمعرفة.

وينبثق عن المشكلة الرئيسية مجموعة من المشكلات الفرعية، تتمثل في التعرف على مقروئية الصحف الورقية والإلكترونية، والتعرف على إيجابيات وسلبيات الصحف الإلكترونية، والتعرف على الأنماط والمضامين المنشورة في الصحف الإلكترونية، والتعرف على نوع العلاقة التي تربط كلا النوعين من الصحف.

ولما كان العالم العربي لا زال في بدايات حقبة دخول الصحف المطبوعة إلى الشبكة العنكبوتية، وظهور المواقع الإخبارية والبوابات الشاملة (Portals)، فإن هذه الدراسة تكتسب أهميتها في كونها من الدراسات القليلة على مستوى الوطن العربي، ومن الدراسات الرائدة على مستوى الأردن، التي تبحث في مستقبل الصحف الورقية الأردنية في ظل ثورة المعلومات والمعرفة الحالية.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الوقوف على مستقبل الصحف الأردنية الورقية في ظل ثورة المعلومات والمعرفة، وما نتج عنها من انتشار للصحف الإلكترونية والمواقع والبوابات الإخبارية على شبكة الإنترنت، كما تسعى الدراسة إلى الكشف عن نوع العلاقة التي تربط الصحافة الورقية بالصحافة الإلكترونية من حيث هل هي تكاملية أم تصادمية.

وتسعى الدراسة كذلك إلى رصد الآليات التي تمكن الصحف الأردنية الورقية من البقاء في الساحة الصحفية الأردنية، بالرغم من مزاحمة الصحف الإلكترونية لها. وأخيرا فإن هذه الدراسة تسعى أيضا إلى التعرف على مدى مساهمة الصحف الإلكترونية في زيادة هامش الحرية الصحفية والحد من مقص الرقيب.

فروض الدراسة:

بناءً على نتائج الدراسات السابقة التي اطلع عليها الباحث، والدراسة القبلية التي أجراها على عينة مختصرة من الطلبة، فقد قام بصياغة الفروض على النحو التالي:

- **الفرض الأول** : توجد علاقة تنافسية ما بين الصحف الأردنية الورقية والصحف الإلكترونية.
- **الفرض الثاني** : توجد علاقة ما بين ظهور الصحافة الإلكترونية وزيادة الحريات الصحفية، والتقليل من هيمنة الرقيب على الصحف الأردنية.
- **الفرض الثالث** : توجد علاقة ما بين مطالعة الصحف الإلكترونية والتقليل من الطلب على الصحف الورقية.
- **الفرض الرابع**: توجد علاقة ما بين ازدهار الصحف الإلكترونية وتلاشي هيمنة الصحف الأردنية الورقية.

تساؤلات الدراسة:

كما تسعى هذه الدراسة للإجابة على مجموعة التساؤلات التالية:

- أي مستقبل ينتظر الصحف الأردنية الورقية في ضوء ظهور الصحف الإلكترونية؟
- هل يفضل المبحوث قراءة الصحف الورقية أم الإلكترونية؟
- كيف يتمكن المبحوث من الوصول إلى الصحف الإلكترونية لقراءتها؟
- ما هي أهم سلبيات الصحف الإلكترونية من وجهة نظر المبحوثين؟
- إلى أي مدى تساهم الصحف الإلكترونية في التقليل من الاعتماد على الصحف الورقية؟
- ماذا يقرأ المبحوثون من موضوعات في الصحف الإلكترونية؟
- كيف يمكن للصحف الورقية أن تحافظ على بقائها أمام سطوة الصحف الإلكترونية؟

- ما هي الإشباعات المتحققة للقارئ من مطالعته للصحف الإلكترونية؟

التعريفات الإجرائية:

اعتمادا على فروض الدراسة وتساؤلاتها، فإن المصطلح التالي سوف يتم تداوله في هذه الدراسة وهو:

- **الصحف الإلكترونية:** ويقصد بها تلك الدوريات غير الورقية، والتي يتم نشرها على شبكة الإنترنت بشكل دوري وتحتوي على الأخبار والمقالات والتحقيقات والتعليقات والتحليلات الصحفية والإعلانات، أو أية أمور أخرى تعد مهمة بالنسبة لجمهور القراء، سواء أكانت هذه الدوريات محلية أو عربية أوإقليمية أو عالمية، حيث يقوم القارئ باستدعائها وتصفحها والبحث في داخلها، وهي نوعان:

1. **الصحف الإلكترونية الكاملة (Online Newspapers)**، وهي صحف قائمة بذاتها، ولا يشترط أن تحمل اسم الصحيفة الورقية، وهي من مثل: موقع عمون، وموقع إيلاف.
2. **النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية**، ونعني بها مواقع الصحف الورقية على شبكة الإنترنت من مثل موقع جريدة "الرأي" الأردنية، وموقع جريدة "النهار" اللبنانية، وموقع جريدة "The Wall Street Journal" الأمريكية.

نوعية الدراسة ومنهجها:

تصنف هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تستهدف "دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها، أشكالها، علاقاتها، والعوامل المؤثرة في ذلك، وهذا يعني أن المنهج الوصفي يهتم بدراسة حاضر الظواهر والأحداث، بعكس المنهج التاريخي الذي يدرس الماضي، مع ملاحظة أن المنهج الوصفي يشتمل في كثير من الأحيان على عمليات تنبؤ لمستقبل الظواهر والأحداث التي يدرسها [(18)].

وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح؛ وذلك من خلال دراسة جمهور القراء للصحف الورقية والإلكترونية، لمعرفة رأيهم فيما يتعلق بمستقبل الصحف الورقية في ضوء ظهور الصحف الإلكترونية، وذلك من خلال قيام الباحث بتصميم استبانة بحث مكونة من جزأين؛ الأول يتعلق بخصائص أفراد العينة المبحوثة من حيث النوع الاجتماعي للمبحوث

والكلية التي يدرس فيها ومستواه الدراسي في الجامعة، أما الجزء الثاني من الاستبانة فتناول أسئلة تدور حول مدى مقروئية كلا النوعين من الصحف من قبل المبحوثين، وهل يفضلون الصحف الإلكترونية على الورقية أو العكس؟ ولماذا؟ وما هي الإشباعات المتحققة لدى القراء من خلال مطالعتهم للصحف الإلكترونية، وما هي مضامين ومجالات وأنماط الموضوعات التي يقرأونها في الصحف الإلكترونية، وأخيراً، ما هو المطلوب من الصحف الورقية حتى تحافظ على بقائها أمام الصحف الإلكترونية.

مجتمع الدراسة وعينتها:

تألف مجتمع الدراسة من طلبة جامعة اليرموك لمرحلة البكالوريوس، حيث تم أخذ عينة الدراسة من الطلبة المسجلين في مساق "التربية الوطنية"، وهو أحد متطلبات الجامعة الإجبارية الذي يحتوي في العادة على طلبة من مختلف المستويات الدراسية، ومن مختلف كليات الجامعة، في الفصل الدراسي الصيفي من العام الجامعي 2006-2007م، حيث بلغ عددهم (1489) طالبا وطالبة, موزعين على (22) شعبة [19], وقد تم اختيار عينة الدراسة عن طريق سحب (8) شعب بطريقة عشوائية بسيطة، بلغ عدد الطلبة فيها (464), استجاب منهم (412) طالبا وطالبة, وبعد مراجعة الاستبانات وجد بأن (9) منها لم تكن مكتملة، لذلك تم استبعادها لعدم صلاحيتها للتحليل. وعليه فقد بلغ العدد الإجمالي للاستبانات القابلة للتحليل (403) استبانة وتشكل ما نسبته (85,86 ٪)، من عدد الاستبانات الموزعة على الطلبة. وقد روعي أثناء الاختيار أن تكون وحدات العينة ممثلة للتخصصات الأكاديمية المختلفة، وبما يتناسب مع أعدادها في كل كلية.

<u>اختبارا الصدق والثبات:</u>

استخدم الباحث أسلوب الصدق الظاهري (Face Validity)، حيث تم عرض الاستبانة على عدد من المحكمين، من أعضاء الهيئة التدريسية في أقسام الصحافة والإعلام بكلية الآداب والقياس والتقويم بكلية التربية، والإحصاء بكلية العلوم، وقد تم الأخذ بآرائهم ومقترحاتهم، حتى أصبحت الاستبانة تقيس بالفعل المراد قياسه, و قابلة للتطبيق الميداني على الطلبة المبحوثين.

أما فيما يتعلق باختبار الثبات (Reliability)، فقد تم التحقق منه وفقاً لأسلوب الاختبار وإعادة الاختبار (Test – Retest)، لتجنب الأخطاء في الصياغة أو المفردات أو

حالات الالتباس وعدم الفهم، لذا فقد قام الباحث بتوزيع الاستبانة على (30) مفردة من عينة الدراسة، وعلى مرحلتين، وبفارق زمني مقداره أسبوعان بين التوزيع الأول والثاني، وكانت إجاباتهم متطابقة في الحالتين، حيث بلغ معامل الثبات (82٪)، وهي نسبة جيدة في مثل هذا النوع من الدراسات، مما يضمن ثبات الأداة المستخدمة في الدراسة.

المعالجة الإحصائية:

لقد تم تفريغ الإجابات وإدخالها إلى ذاكرة الحاسوب، ومن ثم استخدمت الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) في تحليل البيانات. وقد استخدم الباحث التكرارات والنسب المئوية، وفقاً لأسئلة الدراسة، وفيما يلي عرض لإجابات الأسئلة ومناقشتها حسب ترتيبها.

توصيف مجتمع الدراسة:

ويشتمل هذا التوصيف على النوع الاجتماعي لأفراد عينة الدراسة، والكليات الجامعية التي ينتمون إليها، ومستواهم الدراسي، واللغات التي يتقنونها بالإضافة إلى اللغة العربية، والجنسيات التي ينتمون إليها.

جدول رقم (1)

عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
إناث	250	٪62
ذكور	153	٪38
المجموع	403	٪100

وتشير بيانات الجدول رقم (1) إلى أن نسبة الذكور من أفراد العينة بلغت (38٪)، بينما بلغت نسبة الإناث (62٪). ويمكن أن يعزى ارتفاع نسبة تمثيل الإناث على الذكور من أفراد العينة المبحوثة، إلى أن الفصل الصيفي من أي عام دراسي يعد فصلا اختياريا لمن يلتحق به من الطلبة، وبناء عليه فإن الكثير من الطلبة الذكور لا يلتحقون بالدراسة في هذا الفصل، بل يبحثون عن فرصة عمل مؤقته، حتى يتمكنوا من توفير بعض المال الذي

يحتاجونه للدراسة في الفصول الأخرى. ولما كانت الدراسة قد أجريت في الفصل الصيفي 2007/2006م، فإنه من الطبيعي أن تزداد نسبة الإناث الملتحقات بالدراسة فيه عن نسبة الذكور. كما أن البيانات الصادرة من دائرة التنمية والتخطيط في الجامعة، تشير إلى أن نسبة الإناث للعام الدراسي 2007/2006 بفصوله الثلاث بلغت (61٪)، بينما بلغت نسبة الذكور (39٪)[20].

جدول رقم (2)

أعداد أفراد العينة حسب الكلية

الكلية	التكرار	النسبة المئوية
الاقتصاد والعلوم الإدارية	70	17.4٪
الآداب	65	16.1٪
العلوم	56	13.9٪
العلوم التربوية	53	13.2٪
الحجاوي للهندسة التكنولوجية	51	12.7٪
الشريعة والدراسات الإسلامية	48	11.9٪
التربية الرياضية	15	3.7٪
الآثار والأنثروبولوجيا	13	3.2٪
الفنون الجميلة	12	3٪
القانون	11	2.7٪
تكنولوجيا المعلومات وعلوم الحاسوب	9	2.2٪
المجموع	403	100٪

ومن بيانات الجدول رقم (2) يتضح أن أعداد الطلبة الملتحقين بكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية هم الأكثر حيث بلغت نسبتهم (17.4٪)، وجاءت نسبة الطلبة الملتحقين بكلية تكنولوجيا المعلومات وعلوم الحاسوب في المرتبة الثانية وبنسبة مقدارها (16.1٪)، أما الطلبة الملتحقون بكلية الآداب فجاءوا في المرتبة الثالثة وبنسبة مقدارها (13.9٪)، وجاء طلبة كلية العلوم في المرتبة الرابعة وبنسبة مقدارها (13.2٪)، وجاء طلبة كلية العلوم التربوية في المرتبة الخامسة وبنسبة مقدارها (12.7٪)، أما طلبة كلية الحجاوي للهندسة التطبيقية، فقد جاءوا في المرتبة السادسة وبنسبة مقدارها (11.9٪)، وفيما يتعلق

بطلبة الكليات الأخرى في الجامعة، فقد جاءت نسب تمثيلهم متقاربة ومتدنية إلى حد ما، حيث تراوحت ما بين (2.2٪ - 3.7٪).

ويمكن أن يعزى ارتفاع عدد الطلبة من أفراد العينة في الكليات الست الأولى إلى حيوية تخصصات البعض منها، لا سيما كليات الاقتصاد والعلوم الإدارية، وتكنولوجيا المعلومات وعلوم الحاسوب، والحجاوي للهندسة التطبيقية من جهة، وإلى زيادة الطلب على خريجي كليات الآداب والعلوم التربوية كمدرسين في المدارس من جهة أخرى. أما باقي الكليات والتي جاءت نسبة تمثيلها متدنية إلى حد ما فإن الطلب على خريجيها في سوق العمل الأردني والعربي يعد متدنيا، ولذلك فإن إقبال الطلبة على دراسة تخصصاتها يعد ضعيفا إلى حد ما.

جدول رقم (3)

المستوى الدراسي لعينة الدراسة

المستوى	التكرار	النسبة المئوية
أولى	249	٪61.8
ثانية	99	٪24.6
ثالثة	36	٪8.9
رابعة	19	٪4.7
المجموع	403	٪100

وحول المستوى الدراسي لأفراد العينة تشير بيانات الجدول رقم (3) إلى أن طلبة السنة الأولى جاءوا في المرتبة الأولى وبنسبة (61.8٪)، وجاء طلبة السنة الثانية في المرتبة الثانية وبنسبة (24.6٪)، أما طلبة السنة الثالثة، فقد جاءوا في المرتبة الثالثة وبنسبة مقدارها (8.9٪)، وجاء طلبة السنة الرابعة في المرتبة الأخيرة وبنسبة (4.7٪).

ويمكن أن يُعزى ارتفاع نسبة تمثيل طلبة السنتين الأولى والثانية بين أفراد العينة، إلى أن اختيار عينة الدراسة جاء من طلبة مساق التربية الوطنية (س. هـ 102)، وهو مساق بمستوى السنة الأولى، وإجباري لكافة طلبة الجامعة. أما تدني تمثيل طلبة السنتين الثالثة والرابعة، فربما يعود إلى أن هؤلاء الطلبة إما أنهم متأخرون في تسجيل هذا المساق ودراسته، أو أن بعضهم لم يحالفه الحظ في المساق عندما سجله للمرة الأولى، ولذلك سجله للمرة الثانية.

جدول رقم (4)

اللغات التي يستخدمها أفراد العينة بالإضافة للعربية

اللغة	التكرار	النسبة المئوية
الإنجليزية	307	٪76.2
لا يتقن أية لغة عدا العربية	76	٪18.9
لغات أخرى	16	٪3.9
الفرنسية	4	٪1
المجموع	403	٪100

ومن بيانات الجدول رقم (4) يتضح أن اللغة الإنجليزية جاءت في المرتبة الأولى من بين اللغات التي يتقنها الطلبة المبحوثون وبنسبة مرتفعة وصلت إلى (٪76.2)، وجاءت اللغة الفرنسية بالمرتبة الثالثة وبنسبة (٪1)، أما نسبة الطلبة الذين يتقنون لغات أخرى غير اللغة الأم والإنجليزية والفرنسية، فقد جاءوا بالمرتبة الثانية وبنسبة (٪3.9)، وتمثلت هذه اللغات في الإيطالية والأسبانية والألمانية والعبرية والروسية والرومانية وبنسب متدنية جدا تراوحت بين (0.25-0.75). أما أولئك الذين لا يتقنون أي لغة غير العربية، فكانت نسبتهم (٪18.9).

ويمكن أن يعزى السبب في ارتفاع نسبة من يستخدمون الإنجليزية إلى جانب العربية، إلى أن هذه اللغة تدخل في تدريس الكثير من المساقات التي تطرحها الجامعة لا سيما في كليات الاقتصاد والعلوم الإدارية، والحجاوي للهندسة التطبيقية، وتكنولوجيا المعلومات وعلوم الحاسوب، وكلية العلوم، بالإضافة إلى تخصص اللغة الإنجليزية وآدابها في كلية الآداب. علاوة على أن هذه اللغة هي بلا شك من أكثر اللغات حيوية في العصر الحالي.

أما استخدام بعض الطلبة للغات أخرى غير الإنجليزية، فيمكن أن يعزى إلى وجود قسمي اللغات الحديثة، واللغات السامية والشرقية ضمن أقسام كلية الآداب في الجامعة.

جدول رقم (5)

جنسية أفراد العينة

الجنسية	التكرار	النسبة المئوية
أردنية	384	٪95.3
عربية	13	٪3.2
أخرى	6	٪1.5
المجموع	403	٪100

أما فيما يتعلق بجنسيات الطلبة من بين أفراد العينة، فقد جاءت الجنسية الأردنية في المرتبة الأولى، وبنسبة (95.3٪)، أما المرتبة الثانية فقد احتلتها الجنسيات العربية وبنسبة (3.2٪)، أما الجنسيات الأخرى فقد جاءت في المرتبة الثالثة وبنسبة (1.5٪)، وقد شملت طلبة من أندونيسيا وماليزيا وإسرائيل وأمريكا، (علما بأن الطلبة الذين يحملون الجنسية الإسرائيلية هم من فلسطينيي الأراضي المحتلة عام 1948م، وأن الطلبة الذين يحملون الجنسية الأمريكية هم من أصول أردنية وعربية).

ويمكن أن يُعزى وجود طلبة من جنسيات آسيوية، وبشكل خاص من ماليزيا واندونيسيا في الجامعة، إلى أن هذه الدول ترسل أبناءها إلى البلاد العربية (والأردن منها)، ليتعلموا اللغة العربية والشريعة الإسلامية، لا سيما وأن تلك الدول تدين بالإسلام، وهي بحاجة إلى من يتعلم الشريعة الإسلامية، ويعلمها عند العودة إلى الوطن.

تحليل النتائج ومناقشتها:

جدول رقم (6)

أفراد العينة المبحوثة الذين يقرأون الصحف بأنواعها، والذين لا يقرأون

نوع الصحيفة	التكرار	النسبة المئوية
الورقية فقط	215	٪53.3
الإلكترونية والورقية	74	٪18.4
لا يقرأ الصحف بنوعيها	74	٪18.4
الإلكترونية فقط	40	٪9.9
المجموع	403	٪100

وفيما يتعلق بنوعية الصحف التي يقرأها أفراد العينة، تشير بيانات الجدول رقم (6) إلى أن الصحف الورقية ما زالت في الطليعة، حيث يقرأها ما نسبته (53.3٪) من أفراد العينة المبحوثة، أما من يقرأون الصحف الإلكترونية والورقية معا فبلغت نسبتهم (18.4٪)، كما بلغت نسبة من لا يقرأ الصحف بنوعيها (18.4٪) أيضاً، أما من يقرأون الصحف الإلكترونية فقط، فقد جاءت نسبتهم بما مقداره (9.9٪).

ويمكن أن يعزى ارتفاع نسبة من يقرأون الصحف الورقية إلى توفر هذه الصحف في مكتبة الجامعة الرئيسية، ومكتباتها الفرعية أمام الطلبة وبالمجان، وإلى حكم العادة

التي ما زالت تسيطر على الكثير من القراء الذين لم يألفوا بعد الصحافة الإلكترونية والإنترنت، وأنهم يرتاحون أكثر عند قراءتهم للصحيفة الورقية أكثر من الإلكترونية.

أما تدني نسبة القراء من أفراد العينة الذين يقرأون الصحف الإلكترونية، فربما يعزى السبب في ذلك إلى الصعوبات الفنية في التعامل مع جهاز الكمبيوتر، والصعوبات المادية التي تحول أحيانا دون الوصول إلى هذه الخدمة سواء أكان ذلك في مقاهي الإنترنت أو في المنازل، لعدم القدرة على امتلاك أجهزة الحاسوب والاشتراك بخدمة الإنترنت.

جدول رقم (7)

مدى قراءة أفراد العينة للصحف الإلكترونية

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	21	٪18.4
نادرا	39	٪34.2
أحيانا	54	٪47.4
المجموع	114	٪100

وفيما يتعلق بمدى قراءة أفراد العينة للصحف الإلكترونية، فإن بيانات الجدول رقم (7) تشير إلى أن نسبة من يقرأون هذه الصحف بدرجة أحياناً جاءت في المرتبة الأولى وبنسبة (٪47.4)، أما أولئك الذين نادراً ما يقرأون هذه الصحف، فقد بلغت نسبتهم (٪34.2)، أما أولئك الذين يقرأون هذه الصحف دائماً فقد جاءوا في المرتبة الثالثة وبنسبة (٪18.4).

ويمكن أن يعزى تدني نسبة من يقرأون الصحف الإلكترونية بشكل دائم، إلى جملة من الأسباب أهمها، أن عدداً لا بأس به من الأسر الأردنية، ما زالوا لا يملكون جهازاً للحاسوب في البيت، وإذا كانوا يملكون مثل هذا الجهاز، فإنهم ربما ما زالوا غير مشتركين بخدمة الإنترنت التي تمكنهم من الوصول إلى مثل هذه الخدمة. إضافة إلى المشاكل الفنية والمادية، وضيق الوقت أحياناً، لاسيما بالنسبة لطلبة الكليات العلمية وبعض التخصصات الأدبية التي تتطلب منهم الوقت الكثير للوفاء بالتزاماتهم تجاه دراستهم.

جدول رقم (8)

مدى قراءة أفراد العينة للصحف الورقية

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	94	٪32.5
أحيانا	159	٪55
نادرا	36	٪12.5
المجموع	289	٪100

وحول مدى قراءة أفراد العينة للصحف الورقية تشير بيانات الجدول رقم (8) إلى أن من يقرأون هذه الصحف أحياناً جاءوا في المرتبة الأولى وبنسبة (55٪)، أما أولئك الذين يقرأون هذه الصحف دائماً، فجاءوا في المرتبة الثانية وبنسبة (32.5٪)، أما من يقرأون هذه الصحف نادرا، فجاءوا في المرتبة الثالثة وبنسبة (12.5٪).

ويمكن أن يعزى ارتفاع نسبة من يقرأون الصحف الورقية بين الحين والآخر (أحياناً)، إلى سهولة الحصول على هذا النوع من الصحف، سواء من مكتبة الجامعة أو عن طريق شرائها، حيث لا يتجاوز ثمن النسخة الواحدة أكثر من (250) فلساً.

جدول رقم (9) *

الوسائل المتاحة لأفراد العينة للوصول إلى الصحف الإلكترونية

الوسيلة	التكرار	النسبة المئوية
الكمبيوتر الشخصي	98	٪34.1
مختبرات الجامعة	94	٪32.8
مقاهي الإنترنت	76	٪26.5
عند الأصدقاء	14	٪4.9
أخرى	5	٪1.7
المجموع	287	٪100

* يمكن للمبحوث اختيار أكثر من بديل.

وحول الوسائل المتاحة لأفراد العينة للوصول إلى الصحف الإلكترونية يتضح من بيانات الجدول رقم (9) أن الكمبيوتر الشخصي جاء في المرتبة الأولى وبنسبة (34.9٪) من مجموع إجابات المبحوثين، فيما جاءت مختبرات الجامعة في المرتبة الثانية وبنسبة (32.8٪)،

وجاءت مقاهي الإنترنت في المرتبة الثالثة وبنسبة (26.5٪)، أما المرتبة الرابعة فكانت لفئة "عند الأصدقاء"، وبنسبة (4.9٪)، أما فئة أخرى فجاءت بالمرتبة الأخيرة وبنسبة (1.7٪).

ويمكن أن يعزى احتلال الحاسوب الشخصي للمرتبة الأولى، ومختبرات الجامعة للمرتبة الثانية، إلى طبيعة تخصص أفراد العينة المبحوثة الذين جاء معظمهم من الكليات العلمية من مثل كلية تكنولوجيا المعلومات وعلوم الحاسوب، وكلية العلوم، وكلية الحجاوي للهندسة التطبيقية الذين يتطلب تخصصهم اقتناء جهاز للحاسوب، بالإضافة إلى كليتي الآداب والاقتصاد والعلوم الإدارية التي تتطلب بعض تخصصاتهم استخدام الحاسوب بشكل مكثف، كتخصص الصحافة والإعلام في كلية الآداب مثلا.

جدول رقم (10) *

ما يميز الصحيفة الإلكترونية عن الورقية بحسب أفراد العينة

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
توفير خدمة البحث داخل الموقع	181	٪23.4
توفير خدمة البحث داخل الشبكة	118	٪15.2
توفير خدمة الحوار مع المحررين	106	٪13.7
توفير خدمة تحديث الصفحات	100	٪12.9
توفير خدمة الربط بالمواقع ذات الصلة	99	٪12.8
توفير خدمة البريد الإلكتروني	98	٪12.6
توفير خدمة الاشتراك بالورقية	59	٪7.6
أخرى	14	٪1.8
المجموع	775	٪100

* **يمكن للمبحوث اختيار أكثر من بديل.**

وعن الميزات التي تنفرد بها الصحف الإلكترونية عن الصحف الورقية، تشير بيانات الجدول رقم (10) إلى أن توفير الصحف الإلكترونية لخدمة البحث داخل الموقع جاءت في المرتبة الأولى وبنسبة (23.4٪) من مجموع إجابات المبحوثين، أما توفير خدمة البحث داخل الشبكة، فقد جاءت في المرتبة الثانية وبنسبة (15.2٪)، واحتلت خدمة الحوار مع المحررين المرتبة الثالثة وبنسبة (13.7٪). أما توفير خدمات تحديث الصفحات، والربط بالمواقع ذات الصلة، والبريد الإلكتروني فقد جاءت في المراتب الرابعة والخامسة والسادسة، على التوالي وبنسب متقاربة جدا.

ويمكن أن يعزى احتلال توفير خدمة البحث داخل الموقع وداخل شبكة الإنترنت، لمواقع متقدمة عند المبحوثين، إلى أن مثل هذه الخدمات توفر للقراء فرصة الاطلاع على الموضوعات التي نشرت في الصحيفة خلال الأشهر الستة الأخيرة، (مع تفاوت هذه المدة من صحيفة إلى أخرى)، حيث ما زالت صحيفة "*USA Today*" تتيح للمتصفح الحصول على المقالات والأخبار والتقارير التي نشرت في النسخة الورقية منها، منذ عام 1994م، وحتى الوقت الحالي وبالمجان[21].

جدول رقم (11) *

أهم سلبيات الصحف الإلكترونية بحسب أفراد العينة

السلبيات	التكرار	النسبة المئوية
الإجهاد والتعب الجسمي	245	٪52
صعوبة القراءة من الشاشة	83	٪17.6
تستغرق وقتا أطول	79	٪16.8
سرعة الانتقال من صفحة إلى أخرى وصعوبة العودة	48	٪10.2
أخرى	16	٪3.4
المجموع	471	٪100

***يمكن للمبحوث اختيار أكثر من بديل.**

وحول سلبيات الصحف الإلكترونية، تشير بيانات الجدول رقم (11)، إلى أن الإجهاد والتعب الجسمي الذي يصيب المتصفح جاء في المرتبة الأولى وبنسبة مقدارها (52٪) من مجموع إجابات المبحوثين، أما السلبية التي جاءت في المرتبة الثانية فكانت صعوبة القراءة من الشاشة مباشرة، وبنسبة مقدارها (17.6٪)، أما من يعتقدون بأن قراءة الصحف الإلكترونية تستغرق وقتا أطول من قراءة الصحف الورقية فكانت نسبتهم (16.8٪)، أما أولئك الذين يرون أن سرعة الانتقال من صفحة إلى أخرى وصعوبة العودة إلى الصفحة التي يريدون، تعتبر مشكلة عند تصفحهم للصحيفة الإلكترونية، فكانت نسبتهم (10.2٪)، أما من كانت إجاباتهم ضمن فئة أخرى فكانت نسبتهم (3.4٪).

ويمكن أن يعزى ارتفاع نسبة من يرون أن الإجهاد والتعب الجسمي هي من أهم سلبيات الصحف الإلكترونية بالنسبة للمتصفح، إلى طبيعة ووضعية الجلسة بالنسبة للمتصفح، لا سيما إذا ما طالت المدة، وفي المقابل فإن الخيارات المتاحة أما قارىء الجريدة الورقية كثيرة ومتنوعة. علاوة على أن الكثيرين من الباحثين في هذا المجال يرون أن هذه السلبية تعد بمثابة أمراض تلازم مستخدمي الحاسوب.

جدول رقم (12)

تفضيلات مطالعة الصحف الإلكترونية على الورقية بحسب أفراد العينة

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	116	٪35.3
لا	213	٪64.7
المجموع	329	٪100

وفيما يتعلق بتفضيل مطالعة الصحف الإلكترونية على الورقية أو العكس، تشير بيانات الجدول رقم (12) إلى أن ما نسبته (٪64.7) من المبحوثين لا يفضلون مطالعة الصحيفة الإلكترونية على الورقية، بينما تشير ما نسبته (٪35.3) منهم إلى أنهم يفضلون مطالعة الصحف الإلكترونية على الورقية.

ويمكن أن يعزى ارتفاع نسبة من لا يفضلون الصحف الإلكترونية على الورقية إلى ما يصيب المتصفح من إجهاد وتعب وصعوبة في القراءة، وغيرها من السلبيات التي تلازم متصفح الجريدة الإلكترونية، علاوة على أن الكثير من القراء لم يتعودوا بعد على قراءة الصحيفة الإلكترونية، مقابل تجربتهم الطويلة في التعامل مع الصحيفة الورقية.

جدول رقم (13) *

أسباب تفضيل مطالعة الصحف الإلكترونية على الورقية بحسب أفراد العينة

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
أخبارها متجددة	64	٪19.3
تجمع خصائص النصوص والصورة والصوت معا	61	٪18.4
أكثر إثارة وجاذبية وتسلية	60	٪18.1
مجانية	42	٪12.7
تمكنني من التحكم في عنصر الوقت	37	٪11.1
تمنحني الحرية الكاملة في الاستخدام	36	٪10.8
توفر معلومات في مجالات متخصصة	32	٪9.6
المجموع	332	٪100

* يمكن للمبحوث اختيار أكثر من بديل.

وعن أسباب تفضيل الصحف الإلكترونية على الورقية، تشير بيانات الجدول رقم (13) إلى أن ما نسبته (٪19.3) من مجموع إجابات المبحوثين تشير إلى أن السبب في ذلك

عائد إلى أن أخبارها متجددة، أما الإجابات التي يعتقد أصحابها أنهم يفضلونها لأنها تجمع خصائص النصوص والصورة والصوت معا، فبلغت نسبتها (18.4٪)، أما الإجابات التي يعتقد أصحابها أنهم يفضلونها لأنها أكثر إثارة وجاذبية وتسلية، فبلغت نسبها (18.1٪)، أما الإجابات التي يعتقد أصحابها أنهم يفضلونها لاعتقادهم بأنها مجانية، فقد بلغت نسبتها (12.7٪). أما الإجابات التي يرى أصحابها أن السبب في التفضيل عائد إلى التحكم في عنصر الوقت فبلغت نسبتها (11.1٪)، أما الإجابات التي يرى أصحابها أن السبب عائد إلى الحرية الكاملة في الاستخدام فكانت نسبتها (10.8٪)، وأخيراً بلغت نسبة الإجابات التي يرى أصحابها أن السبب في التفضيل عائد إلى أن هذه الصحف توفر معلومات في مجالات متخصصة (9.6٪).

وبالنظر إلى هذه النتائج يتضح أن السبب في احتلال تجدد أخبار الصحيفة الإلكترونية للمرتبة الأولى، عائد إلى إمكانية متابعة القارئ للجديد من الأخبار وعلى مدار الساعة، بسبب وجود خدمة التحديث التي تتميز بها الصحف الإلكترونية على الصحف الورقية، لأن التحديث في الصحف الورقية معناه إصدار طبعات جديدة، وهذا لا يتوافر دائما لمعظم الصحف، نظرا للكلفة العالية.

جدول رقم (14) *

الرغبات المتحققة من قراءة الصحف الإلكترونية

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
متابعة الأحداث والتعرف على أشياء جديدة	66	٪23.7
إشباع الحاجات المعرفية ودوافع الفضول	56	٪20.1
ملء الفراغ وإضاعة الوقت	51	٪18.2
الراحة والاستمتاع	42	٪15.1
البحث عن قواعد للمناقشة والتفاعل الاجتماعي	26	٪9.2
تحقيق مكانة ما في المجتمع	18	٪6.5
الهروب من الواقع والاستغراق في الخيال	13	٪4.7
أخرى	7	٪2.5
المجموع	279	٪100

* يمكن للمبحوث اختيار أكثر من بديل.

وفيما يتعلق بالرغبات المتحققة من قراءة الصحف الإلكترونية بالنسبة للمبحوثين، يتضح من بيانات الجدول رقم (14) أن متابعة الأحداث على أرض الواقع والتعرف على أشياء جديدة جاءت في المرتبة الأولى وبنسبة (23.7٪) من مجموع إجابات المبحوثين، أما إشباع الحاجات المعرفية ودوافع الفضول فجاءت في المرتبة الثانية، وبنسبة مقدارها (20.1٪)، في حين احتلت رغبة ملء الفراغ وإضاعة الوقت المرتبة الثالثة وبنسبة (18.2٪)، واحتلت الحاجة إلى الراحة والاستمتاع المرتبة الرابعة وبنسبة مقدارها (15.1٪)، أما رغبة البحث عن قواعد للمناقشة والتفاعل الاجتماعي فقد احتلت المرتبة الخامسة وبنسبة (9.2٪).

وبتحليل هذه النتائج يتضح مدى أهمية متابعة الأحداث والتعرف على أشياء جديدة وعلى مدار الساعة، وهذا ما لا يتوافر في الصحف الورقية، علاوة على أهمية إشباع الحاجات المعرفية وملء أوقات الفراغ والراحة والاستمتاع، بعد عناء يوم طويل وشاق بالنسبة للقارئ، إضافة إلى تحقيق الكثير من الحاجات والإشباعات الأخرى لدى القراء.

جدول رقم (15)

المداومة على قراءة نفس الصحيفة الإلكترونية

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	18	٪5.5
أحيانا	54	٪16.4
نادرا	42	٪12.7
لا أقرأ	215	٪65.4
المجموع	329	٪100

وحول مدى الالتزام من قبل القراء، بقراءة نفس الصحيفة الإلكترونية وبصورة مستمرة، أجاب ما نسبته (5.5٪) من أفراد العينة المبحوثة بأنهم يقرأونها دائماً، بينما من يقرأها أحياناً كانت نسبتهم (16.4٪)، أما أولئك الذين يقرأونها نادرا فكانت نسبتهم (12.7٪). أما أولئك الذين لا يقرأون الصحف الإلكترونية فقد كانت نسبتهم (65.4٪).

وبالنظر إلى هذه النتائج يمكن أن تُعزى النسبة المتدنية من القراء الذين يقرأون صحيفتهم الإلكترونية وبانتظام إلى جملة من الأسباب منها؛ عدم امتلاك

القارئ لجهاز الحاسوب في البيت، وإلى عدم اشتراكه بخدمة الإنترنت التي تتطلب من القارئ دفع كلفة لا بأس بها، قد لا تتحملها موازنة الأسرة في بعض الأحيان، ناهيك عن أن عادة قراءة الصحيفة الإلكترونية لم تتجذر بعد، عند شرائح كثيرة في المجتمعات العربية، والمجتمع الأردني منها.

جدول رقم (16)

هل يلجأ المبحوث إلى النسخة الورقية في حال عدم توفر النسخة الإلكترونية

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	52	٪45.6
أحيانا	31	٪27.2
نادرا	22	٪19.3
لا ألجأ	9	٪7.9
المجموع	114	٪100

وفي حالة عدم تمكن القارئ من الوصول إلى الصحيفة الإلكترونية، تشير بيانات الجدول رقم (16) إلى أن ما نسبته (٪45.6) من المبحوثين يلجأون إلى النسخة الورقية منها بشكل دائم، بينما أجاب ما نسبته (٪27.2) منهم، أنهم يلجأون إلى النسخة الورقية منها أحياناً، أما من يلجأون إلى النسخة الورقية منها بشكل نادر فكانت نسبتهم (٪19.3)، في حين كانت نسبة من لا يلجأون إلى النسخة الورقية منها، في حال عدم توفر النسخة الإلكترونية (٪7.9).

وبتحليل هذه النتائج يتضح أن أفراد العينة من المبحوثين الذين يقرأون الصحف الإلكترونية هم من غير الموالين لهذا النوع من الصحف، ذلك أن ما نسبته (٪7.9) فقط من هؤلاء المبحوثين هم ممن لا يلجأون بالمطلق إلى النسخة الورقية من الصحيفة الإلكترونية، كما أنه لا يمكن الجزم بأن عدم لجوئهم إلى النسخة الورقية سببه تعلقهم بالصحيفة الإلكترونية وحسب.

جدول رقم (17)

الوقت اللازم لقراءة الصحيفة الإلكترونية

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة واحدة	54	٪47.4
من ساعة إلى ساعتين	38	٪33.3
أكثر من ساعتين	22	٪19.3
المجموع	114	٪100

وحول الوقت اللازم لقراءة الصحيفة الإلكترونية من قبل القراء المبحوثين، تشير بيانات الجدول رقم (17) إلى أن الذين يقضون مع الصحيفة أقل من ساعة واحدة بلغت نسبتهم (47.4٪)، بينما من يقضي مع الصحيفة من ساعة إلى ساعتين بلغت نسبتهم (33.3٪)، أما أولئك الذين يقضون أكثر من ساعتين في قراءة الصحيفة الإلكترونية، فقد بلغت نسبتهم (19.3٪).

وبالنظر إلى هذه النتائج، يتضح أن حوالي نصف القراء المبحوثين يقضون مع الصحيفة الإلكترونية أقل من ساعة يوميا، مما يدلل على أننا نعيش ما يسمى بعصر "القارئ المتعجل"، حيث لا يجد الفرد الوقت الكافي لقراءة الصحف، ربما بنوعيها، وذلك بسبب مشاغله الكثيرة في هذه الأيام.

جدول رقم (18)

مدى مساهمة الصحف الإلكترونية في التقليل من الرقابة

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
موافق	209	٪63.5
غير موافق	50	٪15.3
لا أعرف	70	٪21.2
المجموع	329	٪100

وحول مدى مساهمة الصحف الإلكترونية في التقليل من الرقابة على ما ينشر، وزيادة هامش الحرية الصحفية، تشير بيانات الجدول رقم (18) إلى أن ما نسبته (63.5٪) من المبحوثين أجابوا بأنهم موافقون على ذلك، بينما أجاب ما نسبته (21.2٪) منهم على أنهم لا يعرفون، أما من لا يتفقون مع هذا الطرح فكانت نسبتهم (15.3٪).

وبالنظر إلى هذه النتائج يتضح أن الغالبية من القراء يعتقدون بأن الصحافة الإلكترونية ساهمت فعلا في زيادة هامش الحريات الصحفية وحدّت كثيراً من مقص الرقيب، لا سيما في الدول التي كانت تلجأ إلى ذلك، مما يعزز بالفعل مقولة أن الحكومات المتسلطة فقدت سيطرتها على مدخلات ومخرجات شبكة الإنترنت.

جدول رقم (19)

مطالعة الصحف الإلكترونية يقلل الطلب على الورقية

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
موافق	181	٪38.9
غير موافق	116	٪35.2
لا أعرف	32	٪9.8
المجموع	329	٪100

وبخصوص فيما إذا كانت مطالعة القارئ للأخبار والمعلومات من خلال الصحف الإلكترونية سوف يقلل الطلب على الصحف الورقية أم لا، تشير بيانات الجدول رقم (19) إلى أن ما نسبته (55٪) من المبحوثين موافقون على هذا الطرح، بينما ما نسبته (35.2٪) منهم لا يتفقون مع هذا الطرح، أما أولئك الذين يوافقون تماما على هذا الطرح فكانت نسبتهم (16.1٪)، وأما نسبة من أجابوا بـ "لا أعرف" فكانت (9.8٪).

وبتحليل هذه النتائج يتبين أن غالبية المبحوثين يوافقون على أن الصحف الإلكترونية تساهم في التقليل من الطلب على الصحف الورقية، وذلك على الرغم من ارتفاع نسبة من لا يتفقون مع هذا الطرح والتي بلغت (35.2٪).

جدول رقم (20)

التحول من الصحف الإلكترونية إلى الورقية

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	175	٪53.2
لا	154	٪46.8
المجموع	329	٪100

وفيما يتعلق بتحول القراء من قراءة الصحيفة الإلكترونية إلى قراءة الصحيفة الورقية في حال توجب عليهم دفع مبلغ من المال لقاء مطالعتهم للصحيفة الإلكترونية، يتضح من بيانات الجدول رقم (20) أن ما نسبته (53.2٪) سوف يتحولون إلى قراءة الصحف الورقية، بينما كانت نسبة من سيقومون بدفع مقابل لقاء قراءتهم للصحيفة الإلكترونية إذا ما توجب ذلك (46.8٪).

وبالنظر إلى هذه النتائج يتضح أن القارئ لديه الاستعداد للتحول إلى الصحيفة الورقية في حال طلب منه مقابل مالي لتصفح الصحيفة الإلكترونية، وهذا يعزز ما جاء في بيانات الجدول رقم (16)، من أن قراء الصحف الإلكترونية هم ربما من غير الموالين لهذه الصحف.

الجدول رقم (21) *

الصحف الإلكترونية الأردنية المقروءة من قبل أفراد العينة

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
الرأي	192	٪34.6
الدستور	156	٪28
الغد	139	٪25
العرب اليوم	43	٪7,7
الأنباط	9	٪1.6
الديار	4	٪0.7
أخرى	13	٪2.4
المجموع	556	٪100

* يمكن للمبحوث اختيار أكثر من بديل.

وعن الصحف الإلكترونية الأردنية الأكثر مقروئية من قبل أفراد العينة المبحوثة تشير بيانات الجدول رقم (21) إلى أن صحيفة "الرأي" جاءت بالمرتبة الأولى وبنسبة (34.6٪) من مجموع إجابات المبحوثين، بينما جاءت "الدستور" في المرتبة الثانية وبنسبة (28٪)، أما المرتبة الثالثة فقد احتلتها صحيفة "الغد" وبما نسبته (25٪). وقد احتلت المراتب الرابعة والخامسة والسادسة كل من "العرب اليوم" و "الأنباط" و "الديار" على التوالي. أما من أجابوا ضمن فئة أخرى، فكانت نسبتهم (2.4٪)، وهذه النسبة تشمل كل الصحف الأردنية الأسبوعية بالإضافة إلى صحيفة "*The Jordan Times*" الأردنية اليومية.

وبالنظر إلى هذه النتائج يتضح أن موقع جريدة "الرأي" الإلكترونية، يحظى بأغلب الزوار من القراء، يليه موقع جريدة "الدستور"، وهذه نتيجة منطقية لأن النسخة الورقية من هاتين الصحيفتين، هما الأكثر انتشارا ومقروئية من قبل القارئ الأردني، وهذا ما أثبتته دراسة نجادات حيث تبين أن النسخة الورقية من صحيفة "الرأي" جاءت بالمرتبة الأولى من حيث المقروئية وبنسبة (65.6٪)، أما "الدستور" فجاءت بالمرتبة الثانية وبنسبة (43.7٪)[22].

جدول رقم (22)

اذكر أسماء ثلاث صحف عربية أو أجنبية أو مواقع الكترونية تقرأها

الصحف العربية		
البدائل	**التكرار**	**النسبة المئوية**
الشرق الأوسط	10	٪6.5
الأهرام المصري	10	٪6.5
القدس العربي	9	٪5.9
تشرين السورية	4	٪2.6
الحياة اللندنية	3	٪1.9
الثورة السورية	2	٪1.3
البعث السورية	2	٪1.3
النهار اللبنانية	2	٪1.3
السفير اللبنانية	2	٪1.3
الأخبار اللبنانية	2	٪1.3
الصحف الأجنبية		
New York Times	4	٪2.6
Arab Times	2	٪1.3
USA Today	2	٪1.3
المواقع الإخبارية		
موقع إيلاف	10	٪6.5
موقع عمون	3	٪1.9
لا أتذكر	87	٪56.5
المجموع الكلي	154	٪100

وعندما طلب من المبحوثين ذكر أسماء ثلاث صحف عربية إلكترونية يقرأونها أشارت بيانات الجدول (22) إلى أن صحيفتي "الشرق الأوسط" التي تصدر في لندن، "والأهرام" المصرية، جاءتا في المرتبة الأولى وبنسبة مقدارها (6.5٪) من إجابات المبحوثين، بينما جاءت صحيفة "القدس العربي" والتي تصدر في لندن في المرتبة الثانية وبنسبة مقدارها (5.9٪)، أما صحيفة "تشرين السورية" فقد جاءت في المرتبة الثالثة وبنسبة مقدارها (2.6٪). وجاءت صحيفة "الحياة" اللندنية" في المرتبة الرابعة بنسبة مقدارها (1.9٪) من إجابات المبحوثين. أما صحف : "الثورة و البعث" السوريتين و"النهار والسفير و الأخبار"

اللبنانية، فقد جاءت جميعها في المرتبة الخامسة والأخيرة بنسبة مقدارها (1.3٪) لكل منها.

أما فيما يتعلق بالصحف الأجنبية الإلكترونية الأكثر مقروئية، فقد أشارت النتائج إلى أن صحيفة "*The New York Time*" جاءت في المرتبة الأولى من بين هذه الصحف وبنسبة مقدارها (2.6٪) من مجموع إجابات المبحوثين، بينما جاءت صحيفة "*USA Today*" و صحيفة "*Arab Times*" في المرتبة الثانية وبنسبة مقدارها (1.3٪) لكل منهما.

أما بخصوص المواقع الإخبارية الإلكترونية الأكثر مقروئية فقد دلت نتائج الجدول على أن موقع "إيلاف" جاء في المرتبة الأولى وبنسبة مقدراها (6.5٪) من إجابات المبحوثين، أما موقع "عمون" فقد جاء في المرتبة الثانية.

ويستدل من تحليل هذه النتائج أن صحف "الشرق الأوسط" و"الأهرام" و"القدس العربي" هي من أشهر الصحف الإلكترونية العربية والأكثر مقروئية عند أفراد العينة المبحوثة. أما بالنسبة للصحف الإلكترونية العالمية فإن صحيفة "*New York Times*" وصحيفة "*USA Today*" هما من أشهر هذه الصحف. كما تدل النتائج على أن أكثر من ربع أفراد العينة لا يتذكرون أسماء الصحف العربية والعالمية التي يقرأونها، وهذا مؤشر على أن البعض منهم ربما يمر على هذه المواقع مرور الكرام أثناء استخدامه للإنترنت بصورة أو بأخرى.

جدول رقم (23) *

أنماط الموضوعات المقروءة في الصحف الإلكترونية

الأنماط	التكرار	النسبة المئوية
أخبار وتقارير	162	٪26.9
إعلانات	139	٪23
رسوم كاريكاتيرية	117	٪19.4
مقالات وتحليلات	91	٪15.1
مقابلات	74	٪12.3
أخرى	20	٪3.3
المجموع	603	٪100

***يمكن للمبحوث اختيار أكثر من بديل.**

وحول أنماط الموضوعات الأكثر مقروئية في الصحف الإلكترونية، تشير بيانات الجدول رقم (23) إلى أن الأخبار والتقارير الإخبارية جاءت في المرتبة الأولى وبنسبة مقدارها (26.9٪) من مجموع إجابات المبحوثين، أما الإعلانات فقد جاءت في المرتبة الثانية وبنسبة مقدارها (23٪)، وجاءت الرسوم الكاريكاتيرية في المرتبة الثالثة وبنسبة مقدارها (19.4٪)، أما المقالات والتحليلات الصحفية، فقد جاءت في المرتبة الرابعة، وبنسبة مقدارها (15.1٪)، وجاءت المقابلات الصحفية في المرتبة الخامسة، وبنسبة مقدارها (12.3٪).

وبالنظر إلى هذه النتائج، يتضح أن الأخبار والتقارير الإخبارية هي المادة الأهم بالنسبة لقراء الصحف الإلكترونية، وربما يعود السبب في ذلك، إلى طبيعة المنطقة العربية التي تعيش حالة مضطربة، لا سيما بعد أحداث الحادي عشر من أيلول 2001م. كما أن طبيعة الصحف الإلكترونية التي تتميز على الورقية بتجدد أخبارها وتحديث محتواها يساعد القارئ في معرفة كل ما هو جديد على مدار الساعة.

جدول رقم (24) *

مجالات الموضوعات المقروءة في الصحف الإلكترونية

المجالات	التكرار	النسبة المئوية
شؤون محلية	166	٪34.3
شؤون عالمية	126	٪26
شؤون عربية	110	٪22.7
شؤون إسلامية	82	٪17
المجموع	484	٪100

* يمكن للمبحوث اختيار أكثر من بديل.

وعن مجالات الموضوعات الأكثر مقروئية في الصحف الإلكترونية من قبل القراء، يتضح من بيانات الجدول رقم (24) أن الشؤون المحلية احتلت المرتبة الأولى، وبنسبة مقدارها (34.3٪) من مجموع إجابات المبحوثين، أما الشؤون العالمية فقد جاءت في المرتبة الثانية، وبنسبة مقدارها (26٪)، واحتلت الشؤون العربية المرتبة الثالثة، وبنسبة مقدارها (22.7٪)، وأخيرا جاءت الشؤون الإسلامية في المرتبة الأخيرة، وبنسبة مقدارها (17٪).

وبالنظر إلى هذه النتائج يتضح أن الشأن المحلي جاء في صدارة اهتمامات القراء، تلاه الشأن العالمي، ويمكن أن نرد هذه النتيجة إلى تشابك الأحداث وتداخلها في المنطقة حيث يتأثر الشأن المحلي بالشأن العالمي والعربي بدرجة كبيرة في كثير من الأحيان.

جدول رقم (25) *

مضامين الموضوعت المقروءة في الصحف الإلكترونية

المضامين	التكرار	النسبة المئوية
سياسية	109	٪14.8
اجتماعية	103	٪14
اقتصادية	56	٪7.6
فنية	132	٪17.9
رياضية	95	٪12.9
ثقافية	124	٪16.8
علوم وتكنولوجيا	112	٪15.2
أخرى	6	٪0.8
المجموع	737	٪100

* يمكن للمبحوث اختيار أكثر من بديل.

وبخصوص مضامين الموضوعات الأكثر مقروئية في الصحف الإلكترونية من قبل القراء، تشير بيانات الجدول رقم (25) إلى أن المضامين الفنية جاءت في المرتبة الأولى وبنسبة مقدارها (17.9٪) من مجموع إجابات المبحوثين، بينما جاءت المضامين الثقافية في المرتبة الثانية وبنسبة مقدارها (16.8٪)، وجاءت المضامين المتعلقة بالعلوم والتكنولوجيا في المرتبة الثالثة وبنسبة مقدارها (15.2٪)، أما المضامين السياسية فقد جاءت في المرتبة الرابعة وبنسبة مقدارها (14.8٪)، وجاءت المضامين الاجتماعية في المرتبة الخامسة وبنسبة مقدارها (14٪)، تلتها المضامين الرياضية فالاقتصادية والمضامين الأخرى بنسب مقدارها (12.9٪) و(7.6٪) و(0.8٪) على التوالي.

وبتحليل هذه النتائج يتضح أن المضامين الفنية والثقافية والتكنولوجية احتلت المراتب المتقدمة قبل المضامين السياسية، ويمكن أن يعزى ذلك إلى الضغوطات النفسية والمعيشية التي يحياها المواطن، وإلى ما تتمتع به الصحف الإلكترونية من خاصية الجمع بين خصائص النصوص والصوت والصورة، لا سيما في المضامين الفنية.

جدول رقم (26) *

المطلوب من الصحف الورقية حتى تحافظ على بقائها

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
الظهور بشكل جديد	198	٪27.5
نشهرها للمقالات القصيرة	119	٪16.5
تقديم أبواب وملاحق جديدة	207	٪28.8
إصدار طبعات عديدة	62	٪8.6
أن تخص كل إقليم في الدولة بطبعة مستقلة	50	٪6.9
إرسال الطبعات الجديدة للمشترك بالفاكس	84	٪11.7
المجموع	720	٪100

* يمكن للمبحوث اختيار أكثر من بديل.

وفيما يتعلق بالمطلوب من الصحف الورقية حتى تحافظ على بقائها أمام المنافسة القوية من قبل الصحف الإلكترونية، تشير بيانات الجدول رقم (26) إلى أن قيام الصحف الورقية بإصدار ملاحق وأبواب جديدة، جاء في المرتبة الأولى وبنسبة مقدارها (٪28.8) من مجموع إجابات المبحوثين، وأن ظهور الصحف بمظهر جديد ومختلف عما هو في السابق، جاء في المرتبة الثانية وبنسبة مقدارها (٪27.5)، في حين أن نشر الصحف الورقية للمقالات القصيرة جاء في المرتبة الثالثة، وبنسبة (٪16.5)، وجاء إرسال الصحيفة الورقية طبعاتها الجديدة للمشترك بالفاكس، وإصدارها لطبعات عديدة، وخصها كل إقليم من أقاليم الدولة بطبعة مستقلة، في المراتب الرابعة والخامسة والسادسة على التوالي.

وبالنظر إلى هذه النتائج يمكن القول إن ظهور الصحف الورقية بحلة جديدة، ونشرها للمقالات والموضوعات القصيرة والمقتضبة، علاوة على نشرها للأبواب والملاحق الجديدة، هو ما سوف يمكنها من البقاء بل والارتقاء والازدهار، برغم كل ما يقال عن الخطر الداهم الذي تواجهه هذه الصحف من قِبَل الصحف الإلكترونية.

جدول رقم (27)

العلاقة ما بين الصحافة الورقية والإلكترونية

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
إلغاء وإقصاء	26	٪8
تكامل وتنافس	247	٪75
لا أعرف	56	٪17
المجموع	329	٪100

وبخصوص العلاقة ما بين الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية، فإن بيانات الجدول رقم (28) تشير إلى أن هذه العلاقة، هي علاقة تكامل وتنافس، بنسبة مقدارها (٪75)، أما من يرى أن هذه العلاقة هي علاقة إلغاء وإقصاء، فبلغت نسبتهم (٪8). أما أولئك الذين لا يعرفون فقد بلغت نسبتهم (٪17).

وبتحليل هذه النتائج، يتضح أن الصحافة الورقية ليست في صراع حاد مع الصحافة الإلكترونية، وأن الصحافة الورقية سوف تتعايش مع الصحافة الإلكترونية وسوف تستفيد منها وتسخرها لخدمتها وتطورها، وهذا ما ثبت من خلال رحلة الصحافة الورقية الطويلة مع كل الوسائل الإعلامية الأخرى التي ظهرت بعدها.

أهم النتائج:

تتمثل أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي:

- إن أكثر من نصف أفراد العينة المبحوثة وبما نسبته (٪53.3) يقرأون الصحف الورقية، بينما من يقرأ الصحف الإلكترونية عدد قليل، ولا تتجاوز نسبتهم (٪10)، وبلغت نسبة من يقرأ الصحف الورقية بشكل دائم (٪28.6)، بينما بلغت نسبة من يقرأ الصحف الإلكترونية بشكل دائم (٪6.4). وإن غالبية أفراد العينة المبحوثة لا يفضلون مطالعة الصحف الإلكترونية على الورقية، وبما نسبته (٪64.7)، أما أولئك الذين يفضلون مطالعة الصحف الإلكترونية على الورقية، فإنهم يقومون بذلك نظراً لأن هذه الصحف توفر خدمة مزج الصوت والصورة والنص معا. وهذه النتائج تتفق مع ما توصلت إليه دراسة الباحثين Bressers and Bergen (2002)، والتي أفادت بأن طلبة الجامعات

الأمريكية يفضلون مطالعة النسخة الورقية من صحفهم الجامعية على النسخة الإلكترونية منها.

- إن من أكثر الوسائل المتاحة أمام المبحوثين للوصول إلى الصحف الإلكترونية، الحاسوب الشخصي بالدرجة الأولى، ومختبرات الجامعة بالدرجة الثانية، ومقاهي الإنترنت بالدرجة الثالثة، وإن من أهم ما يميز الصحف الإلكترونية عن الورقية توفير خدمة البحث داخل الموقع بالنسبة للقارئ، ويعد الإجهاد والتعب النفسي من أهم سلبيات قراءة الصحف الإلكترونية وبنسبة (52٪). وتتفق هذه السلبية مع ما توصلت إليه دراسة النجار (2006). حيث كشفت أن من أهم عيوب الصحف الإلكترونية. صعوبة قراءتها. وأنها مرهقة لعين القارئ عند مطالعتها لفترة طويلة نسبياً. وهذه النتائج تؤكد عدم صحة الفرض الرابع والذي مفاده أن هناك علاقة ما بين ازدهار الصحف الإلكترونية وتلاشي هيمنة الصحف الأردنية الورقية.
- إن من أهم الرغبات المتحققة من قراءة الصحف الإلكترونية عند المبحوثين، متابعة الأحداث والتعرف على أشياء جديدة، بالإضافة إلى إشباع الحاجات المعرفية ودوافع الفضول، وملء أوقات الفراغ وإضاعة الوقت عند أفراد العينة المبحوثة.
- إن نسبة من يداومون على قراءة نفس النسخة من الصحيفة الإلكترونية وباستمرار، تعد متدنية، حيث بلغت (5.5٪)، وأن من يلجأ من المبحوثين إلى النسخة الورقية من الصحيفة الإلكترونية، في حال عدم توفر الإلكترونية، تعد نسبتهم كبيرة، حيث بلغت (45.6٪)، وأن من يقضون مع الصحيفة الإلكترونية أقل من ساعة واحدة لمطالعتها بلغت نسبتهم (47.4٪). وهذه النتيجة تتوافق مع ما ذهبت إليه دراسة (1999) Chyi and Lasorsa. من أن القراء وبرغم سهولة وصولهم إلى الصحف الإلكترونية إلا أن بعضهم لا يلقي بالاً لهذه الصحف. وأن القليل منهم يقضي مع هذه الصحف أكثر من ساعة واحدة يومياً.
- إن الغالبية من المبحوثين وبنسبة (63.5٪) متفقون على أن الصحف الإلكترونية تساهم في الحد من الرقابة على ما ينشر وزيادة هامش الحرية الصحفية. وهذه النتيجة تتفق مع ما ذهبت إليه دراسة نصر (2005). والتي أفادت بأن الصحافة الإلكترونية إلى جانب دعمها للحريات الجماعية. فإنها أيضا تدعم الحريات الشخصية. حيث أتاحت هذه الصحافة أمام القارئ العربي فرصة التعبير عن الرأي من خلال تبادل الأفكار مع الآخرين عن طريق البريد الإلكتروني، والمحادثة

الفوريه، وغرف الدردشة، والمدونات بحرية أكبر. وهذه النتائج تؤكد صحة الفرض الثاني، والذي مفاده أن هناك علاقة ما بين ظهور الصحافة الإلكترونية وزيادة الحريات الصحفية.

- إن غالبية المبحوثين وبما نسبته (55٪) متفقون على أن مطالعة القراء للصحف الإلكترونية يؤدي إلى تقليل الطلب على الصحف الورقية، وإن (53.2٪) من المبحوثين سوف يتحولون إلى قراءة الصحف الورقية إذا ما كان هناك مقابل مادي لمطالعة الصحف الإلكترونية. وهذه النتائج تؤكد صحة الفرض الثالث، والذي مفاده أن هناك علاقة ما بين مطالعة الصحف الإلكترونية والتقليل من الطلب على الصحف الورقية.
- إن أغلب مواقع الصحف الإلكترونية الأردنية مقروئيةً، هي مواقع "الرأي" و"الدستور"، حيث بلغت نسبة من يقرأ النسخة الإلكترونية من هاتين الصحيفتين (56.7٪)، وهذه نتيجة منطقية لأن جريدتي "الرأي" و"الدستور" هما الأكثر مقروئية عند القارئ الأُردني، كما أفادت بذلك دراسة نجادات (2000). وبناء عليه. فإن من لم يحصل على النسخة الورقية منها، ربما يلجأ إلى النسخة الإكترونيه. أما أكثر الصحف العربية الإلكترونية مقروئية فكانت "الشرق الأوسط" و "الأهرام"، وبنسب متساوية، تلتها جريدة "القدس العربي"، أما الصحافة العالمية فقد تبين أن النسخة الإلكترونية من جريدة "New York Times" هي الأكثر مقروئية. علما بأن موقع "إيلاف" الإلكتروني هو الأكثر مطالعة من قبل أفراد العينة المبحوثة.
- تعد الأخبار والتقارير الإخبارية من أكثر الأنماط الصحفية مقروئية من قبل قراء الصحف الإلكترونية، أما بخصوص مجالات الموضوعات الأكثر مقروئية، فقد احتلت الشؤون المحلية المرتبة الأولى وبما نسبته (34.3٪)، وبخصوص المضامين الصحفية الأكثر مقروئية، فقد جاءت المضامين الفنية أولاً، تلتها المضامين الثقافية، فالمضامين المتعلقة بالعلوم والتكنولوجيا.
- إن مستقبل الصحافة الورقية ليس في خطر، وإن ثلاثة أرباع المبحوثين (75٪)، يعتقدون أن العلاقة ما بين الصحافة الورقية والإلكترونية، هي علاقة تنافس وتكامل، وليست علاقة إقصاء وإلغاء. وهذه النتيجة تتفق مع ما توصل إليه العديد من الباحثين في دراستهم. من مثل؛ دراسة اللبان (2005). ودراسة الغريب (2001). ودراسة Carolyn and Rasha (2003). الذين توصلوا من خلال هذه الدراسات إلى أن الصحافة الإلكترونية ليست بديلا حتميا

للصحافة الورقية، وإن الصحافة الورقية ليست في خطر كما يتوهم البعض. وهذه النتائج تؤكد صحة الفرض الأول، والذي مفاده أن هناك علاقة تنافس ما بين الصحف الأردنية الورقية والصحف الإلكترونية.

- تقرأ الإناث من أفراد العينة المبحوثة الصحف الإلكترونية والورقية بنسب أكبر من الذكور، وأن طلبة السنة الأولى من المبحوثين يقرأون كلا النوعين من الصحف بنسب أكبر من السنوات الثلاث المتبقية.
- تفضل الإناث مطالعة الصحف الورقية على الإلكترونية بصورة أكثر من الذكور، وأن طلبة السنة الأولى من أفراد العينة المبحوثة حازوا على أعلى النسب في تفضيلهم لمطالعة الصحف الورقية على الصحف الإلكترونية، مقارنة بطلبة السنوات الثلاث المتبقية.

التوصيات:

- يوصي الباحث أن تحذو الصحف الأردنية والعربية، حذو الصحف الغربية والأمريكية في الفصل ما بين الجريدة الورقية ونسختها الإلكترونية، من حيث الإدارة والتحرير وطبيعة المحتوى ومصادر الدخل والإنفاق، حتى تجدد محتواها على مدار الساعة وطيلة أيام الأسبوع.
- لما كانت الإنترنت تعني الحرية الكاملة في التعبير عن الرأي، بعيدا عن مقص الرقيب وقوانين المطبوعات والنشر، فإن الحكومات العربية مدعوة إلى الإمتناع عن مراقبة مدخلات ومخرجات الإنترنت، والصحف الإلكترونية منها، حيث عمدت الحكومة الأردنية وخلال فترة إعداد هذه الدراسة إلى إصدار مرسوم يقضي بمراقبة كل ما ينشر في الإنترنت، لا سيما الصحف الإلكترونية والمواقع والبوابات الإخبارية[23].
- أن تسهل الجامعة على الطلبة امتلاك جهاز الحاسوب الشخصي، وزيادة عدد مختبرات الحاسوب المرتبطة مع الإنترنت، حتى يتمكن الطلبة من الوصول إلى الصحف الإلكترونية التي يريدون عن طريق الإنترنت، لا سيما أن الحاسوب الشخصي ومختبرات الجامعة هما من أكثر الوسائل استخداماً من قبل الطلبة للوصول إلى الصحف الإلكترونية.
- ضرورة أن تهتم الصحف الإلكترونية بصورة أكبر بالأخبار والتقارير الإخبارية، وأن تركز على الشأن المحلي والمضامين الفنية والثقافية لأنها المفضلة عند جمهور المبحوثين من الطلبة.
- أن تلجأ الصحف الورقية إلى استغلال الإنترنت والصحف الإلكترونية في الترويج لها، والوصول بها إلى أسواق جديدة، لا سيما وأن العلاقة ما بين الصحف الإلكترونية والورقية، هي علاقة تكامل وتنافس، كما أفاد بذلك المبحوثون من أفراد العينة.

الهوامش والمراجع

1. الشريف. **ثورة المعلومات: مستقبل الصحيفة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية**، في "مستقبل الصحافة العربية في ظل ثورة المعلومات والتكنولوجيا"، (مطابع جريدة الدستور التجارية / عمان - الأردن، 2000م)، ص 66.
2. اللبان. **الصحافة الإلكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع**، (الدار المصرية اللبنانية / القاهرة، 2005م)، ص 199.
3. جريدة **الغد** الأردنية اليومية، العدد 341، الخميس 2005/7/7م.
4. نجم، بزوغ عصر الصحافة الإلكترونية، **مجلة الكمبيوتر والاتصالات والإلكترونيات**، (أبريل / نيسان 1995م)، ص 29.
5. نصر، **الإنترنت والإعلام: الصحافة الإلكترونية**، (مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع / الكويت، 2003م)، ص 91- 92.
6. Charles L. Klotzer. **SJR's Future: Print and / or Online** (St. Louis Journalism Review, December 2006 / January 2007), P. 27.
7. **Consumers, Media & U.S. Newspapers**. Results From The Impact Study. (Readership. Institute. Media Management Center at Northwestern University, 2002) P. 18.
8. Carolyn and Rasha. Uses and Gratification of Offline Newspaper and Online News: New Wine in an Old Bottle. **Conference Paper Presented at the Annual Meeting of the International Communication Association,** San Diego, CA, 2003.(28 Pages). Internet Online Available: http://search.ebscohost.com/login.aspx?direc
9. القاضي ونجادات. الآثار الناجمة عن العوامل المؤثرة في استخدام طلبة الصحافة والإعلام في جامعة اليرموك للإنترنت: دراسة ميدانية. (**مجلة أبحاث اليرموك / سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**. جامعة اليرموك. إربد/الأردن. المجلد (23). العدد (4). ص: 1555 – 1584. 2008م.)
10. اللبان. **الصحافة الإلكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع**. (الدار المصرية اللبنانية / القاهرة. ص 18- ص 199، 2005م).
11. Mueller and Kamerer. Reader Preference for Electronic Newspapers. (**Newspaper Research Journal**. Vol. 16, No.3, p.p2-13, summer 1995).

12. Bressers and Bergen.. Few University Students Reading Newspapers Online. (**Newspaper research journal,** Vol.23, No.2-3, p.p32-45, spring summer, 2002).

13. نصر. حرية الصحافة الإلكترونية في ضوء تجارب وسائل الإعلام التقليدية. (**المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. العدد (25) ص: 275- 351 يوليه- ديسمبر 2005م.)

14. النجار. استخدامات الشباب للصحف الإلكترونية: دراسة مسحيه على عينة من طلاب جامعة البحرين. (**المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر لكلية الإعلام / جامعة القاهرة**: الإعلام وتحديث المجتمعات العربية / الجزء الثالث. ص1107- 1185. 2- 4 مايو 2006م.).

15. Waal and Lauf. Online Newspapers: A Substitute or Complement for Print Newspaper and other Information Channels, (**The European Journal of Communication Research.** Vol.30, Issue 1, p.p55-72, March, 2005).

16. Chyi and Lasorsa. Access, Use and preferences for Online Newspapers. (**Newspaper Research Journal**, Vol. 20, No.4. p.p 2-13, Fall 1999).

17. الغريب. الصحيفة الإلكترونية و الورقية: دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية. (**المجلة المصرية لبحوث الإعلام**, كلية الإعلام / جامعة القاهرة. العدد(13). ص: 177- 222. 2001م.)

18. عليان وغنيم. **أساليب البحث العلمي: الأسس النظرية والتطبيق العملي**. الطبعة الثانية (دار صفاء للنشر والتوزيع / عمان، 2008). ص52.

19. تم الحصول على أعداد الطلبة المسجلين في جامعة اليرموك من خلال الاتصال بمدير القبول في الجامعة، السيد علي عكاشة، وذلك بتاريخ 2007/7/11م، وبعد انتهاء فترة الانسحاب والإضافة، أي بعد أن استقرت أعداد الطلبة المسجلين والمنخرطين في الدراسة بالجامعة.

20. تم استقاء هذه المعلومة من السيد أحمد التميمي من دائرة التنمية والتخطيط في جامعة اليرموك. وذلك بتاريخ 2007/7/26م.

21. نصر. **الإنترنت والإعلام: الصحافة الإلكترونية**. مرجع سابق، ص 116- 117.

22. نجادات، العوامل المؤثرة في تحديد الاتجاهات الإخراجية في الصحف الأردنية اليومية خلال التسعينات. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، (كلية الإعلام / جامعة القاهرة، 2000م)، ص 306.

23. ***The Jordan Times***. A Jordanian Daily Newspaper. Issue No. 9700, Vol. 321. Tuesday, Sept. 25th, 2007.

مصادر الدراسة:

1. الشريف، أسامه. **ثورة المعلومات: مستقبل الصحيفة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية، في:** "مستقبل الصحافة العربية في ظل ثورة المعلومات والتكنولوجيا"، (مطابع جريدة الدستور التجارية / عمان - الأردن، 2000م).
2. جريدة **الغد** الأردنية اليومية، العدد 341، الخميس 2005/7/7م.
3. عليان. ربحي مصطفى . وغنيم. عثمان محمد. **أساليب البحث العلمي: الأسس النظرية والتطبيق العملي**. الطبعة الثانية (دار الصفاء للنشر والتوزيع / عمان. 2008م
4. الغريب. سعيد محمد. الصحيفة الإلكترونية و الورقية: دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية. (**المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. كلية الإعلام / جامعة القاهرة. العدد(13). ص: 177- 222. 2001م.)
5. القاضي. أمجد. ونجادات. علي. الآثار الناجمة عن العوامل المؤثرة في استخدام طلبة الصحافة والإعلام في جامعة اليرموك للإنترنت: دراسة ميدانية. (**مجلة أبحاث اليرموك / سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**. جامعة اليرموك. إربد/الأردن. المجلد (23). العدد (4). ص: 1555 – 1584. 2008م.)
6. اللبان، شريف درويش، **الصحافة الإلكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع**. (الدار المصرية اللبنانية / القاهرة، 2005م).
7. نجادات، علي عقله. العوامل المؤثرة في تحديد الاتجاهات الإخراجية في الصحف الأردنية اليومية خلال التسعينات. **رسالة دكتوراه غير منشورة**. (كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2000م).
8. النجار. سعيد محمد الغريب. استخدامات الشباب للصحف الإلكترونية: دراسة مسحيه على عينة من طلاب جامعة البحرين. (**المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر لكلية الإعلام / جامعة القاهرة**: الإعلام وتحديث المجتمعات العربية / الجزء الثالث. ص1107- 1185. 2- 4 مايو 2006م.).
9. نجم، سمير. بزوغ عصر الصحافة الإلكترونية، **مجلة الكمبيوتر والاتصالات والإلكترونيات**، (أبريل / نيسان، 1995م).
10. نصر، حسني محمد. **الإنترنت والإعلام: الصحافة الإلكترونية**. (مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع / الكويت، 2003م).

11. نصر، حسني محمد. حرية الصحافة الإلكترونية في ضوء تجارب وسائل الإعلام التقليدية.
(المجلة المصرية لبحوث الإعلام. العدد (25) ص: 275- 351، يوليه - ديسمبر 2005م.)

12. Bressers, B., and Bergen, L. Few University Students Reading Newspapers Online. (**Newspaper research journal,** Vol.23, No.2-3, p.p32-45, spring summer, 2002).

13. Carolyn, l., Michael, S. and Rasha, A. Uses and Gratification of Offline Newspaper and Online News: New Wine in an Old Bottle. **Conference Paper Presented at the Annual Meeting of the International Communication Association,** San Diego, CA, 2003. Internet Online Available: http://search.ebscohost.com/login.aspx?direc

14. Chyi, Hsiang, I. and Lasorsa, Dominic. Access, Use and preferences for Online Newspapers. (**Newspaper Research Journal**, Vol. 20, No.4, p.p2 -13, fall 1999).

15. Klotzer, Charles, L. SJR's Future: Print and / or Online. (**St. Louis Journal Review**, December 2006 / January 2007).

16. Mueller, j., and Kamerer, D., Reader Preference for Electronic Newspapers. (**Newspaper Research Journal**. Vol. 16, No.3, p.p2-13, summer 1995).

17. ***The Jordan Times***. A Jordanian Daily Newspaper Issue No. 9700, Vol. 32. Tuesday Sept. 25th, 2007.

18. Unknown Author. Consumers, Media & U.S. Newspapers. Results From the Impact Study. (**Readership Institute**. Media Management at Northwestern University, 2002).

19. Waal, Ester, D., Schonbach,K., and Lauf, E. Online Newspapers: A Substitute or Complement for Print Newspaper and other Information Channels, (**The European Journal of Communication Research.** Vol.30, Issue 1, p.p55-72, March, 2005).

بسم الله الرحمن الرحيم

مستقبل الصحف التقليدية في ظل ثورة المعلومات والمعرفة

(الصحف الو رقية في مواجهة الصحف الإلكترونية)

"دراسة مسحية "

عزيزتي الطالبة، عزيزي الطالب:

بعد التحية، ، ،

فإن هذه الاستبانة تهدف إلى التعرف على مدى منافسة الصحافة الإلكترونية للصحافة الورقية، وما هو المستقبل الذي ينتظر الصحافة الورقية في ظل ثورة المعلومات والمعرفة الحالية. لذا فإن لتعاونك الأثر الأكبر في إنجاح هذا العمل والوصول إلى النتائج المرجوة. وسوف نكون شاكرين لو تفضلتم بالإجابة على كافة عناصر هذه الاستبانة بدقة وموضوعية، علما بأن هذه الاستبانة لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

شاكرا لكم كريم تعاونكم

الباحث: د. علي نجادات

كلية الإعلام

جامعة اليرموك

الجزء الأول:

يرجى وضع إشارة (×) أمام الإجابة المناسبة.

1. **النوع الاجتماعي:**
   - ❑ ذكر
   - ❑ أنثى

2. **الكلية:**
   - ❑ الآثار والأنثروبولوجيا
   - ❑ الآداب
   - ❑ الاقتصاد والعلوم الإدارية
   - ❑ التربية
   - ❑ الشريعة والدراسات الإسلامية
   - ❑ التربية الرياضية
   - ❑ تكنولوجيا المعلومات وعلوم الحاسوب
   - ❑ القانون
   - ❑ الفنون الجميلة
   - ❑ العلوم
   - ❑ كلية الحجاوي للهندسة التكنولوجية

3. **اللغات التي تتقنها بالإضافة للعربية:**
   - ❑ الإنجليزية ❑ الفرنسية ❑ أخرى (اذكرها)..........
   - ❑..لا أتقن.

4. **الجنسية:**
   - ❑ أردنية ❑ عربية ❑ أخرى (اذكرها)................

5. **المستوى الدراسي:** ❑ سنة أولى ❑ سنة ثانية ❑ سنة ثالثة
   - ❑ سنة رابعة

<u>الصحيفة الإلكترونية</u> هي الصحيفة **اللاورقية** التي يتم نشرها على شبكة الإنترنت، ويقوم القارئ باستدعائها وتصفحها والبحث داخلها. وهي نوعان:

1. الصحف الإلكترونية الكاملة (Online Newspaper) وهي صحف قائمة بذاتها، ولا يشترط لها أن تحمل اسم الصحيفة الورقية. وهي من مثل: موقع عمون، وموقع إيلاف.
2. النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية، ونعني بها مواقع الصحف على الشبكة من مثل: موقع جريدة "الرأي"، و موقع جريدة "الدستور".

الجزء الثاني:

1. أي من الصحف التالية تقرأ؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل)

- ❑ الصحف الإلكترونية فقط.
- ❑ الصحف الورقية فقط.
- ❑ الصحف الإلكترونية والورقية معاً
- ❑ لا أقرأ الصحف بنوعيها.(لطفاً سلّم الاستبانة)

2. ما مدى قراءتك للصحف الإلكترونية؟

❑ دائما ❑ أحيانا ❑ نادرا

❑ لا أقرأ (لا تجب على سؤال 4)

3. ما مدى قراءتك للصحف الورقية

❑ دائما ❑ أحيانا ❑ نادرا ❑ لا أقرأ

4. ما هي وسيلتك للوصول إلى الصحف الإلكترونية؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل)

❑ الحاسوب الشخصي (في المنزل) ❑ مقاهي الإنترنت

❑ مختبرات الحاسوب في الجامعة ❑ أخرى (اذكرها)............

❑ عند الأصدقاء أو الزملاء

5. أعتقد أن الصحيفة الإلكترونية تتميز عن الصحيفة الورقية في: (يمكن اختيار أكثر من بديل)

❑ توفير خدمة البحث داخل الموقع.

❑ توفير خدمة البحث داخل شبكة الويب (الإنترنت).

❑ توفير خدمة الاشتراك بالصحيفة الورقية.

❑ توفير خدمة البريد الإلكترونية من خلال الموقع.

❑ توفير خدمة الحوار مع المحررين والرد على المواد المنشورة.

❑ توفير خدمة الربط بالمواقع ذات الصلة.

❑ توفير خدمة القيام بتحديث الصفحات خلال اليوم الواحد (التحديث المتكرر).

❑ أخرى (اذكرها)..............

6. أعتقد أن أهم سلبيات الصحيفة الإلكترونية تكمن في: (يمكن اختيار أكثر من بديل)

❑ صعوبة القراءة من الشاشة مباشرة.

❑ الإجهاد والتعب الجسمي (آلام في الرقبة والظهر وتعب عين القارئ).

❑ تستغرق وقتا أطول في القراءة.

❑ القفز من صفحة إلى أخرى بسرعة، وصعوبة العودة ثانية.

❑ أخرى (اذكرها).. ❑لا توجد سلبيات

7. هل تفضل مطالعة الصحف الإلكترونية على مطالعة الصحف الورقية؟

❑ نعم ❑ لا (لا تجب على السؤالين 8+9).

8. أعتقد أنني أفضل مطالعة الصحيفة الإلكترونية على الصحيفة الورقية لأنها: (يمكن اختيار أكثر من بديل)

❑ أخبارها متجددة

❑ أكثر إثارة وجاذبية وتسلية

❑ توفر معلومات في مجالات متخصصة

❑ تمنحني الحرية الكاملة في الاستخدام

❑ تمكنني من التحكم في عنصر الوقت

❑ مجانية

❑ تجمع خصائص النصوص والصوت والصورة معا

9. أعتقد أن قراءتي للصحيفة الإلكترونية يحقق لي: (يمكن اختيار أكثر من بديل)؟

❑ إشباع الحاجات المعرفية ودافع الفضول.

❑ الهروب من الواقع والاستغراق في الخيال.

❑ الراحة والاستمتاع.

❑ ملء الفراغ وإضاعة الوقت.

❑ متابعة الأحداث على أرض الواقع والتعرف على أشياء جديدة.

❑ البحث عن قواعد للمناقشة والتفاعل الاجتماعي.

❑ تحقيق مكانة ما في المجتمع.

❑ أخرى (اذكرها)...........

10. هل تداوم على قراءة نفس الصحيفة الإلكترونية وباستمرار.

❑ دائما ❑ أحيانا ❑ نادرا

❑ لا أقرأ

11. في حالة عدم تمكنك من تصفح الصحيفة الإلكترونية هل تلجأ إلى قراءة النسخة الورقية منها كبديل.

❑ دائما ❑ أحيانا ❑ نادرا ❑ لا ألجأ

12. ما هو الوقت الذي تستغرقه في قراءة الصحيفة الإلكترونية؟

❑ أقل من ساعة واحدة ❑ ساعة إلى ساعتين

❑ أكثر من ساعتين

13. أعتقد أن الصحف الإلكترونية تساهم في التقليل من الرقابة على ما ينشر، وزيادة هامش الحرية الصحفية.

❑ موافق تماما ❑ موافق ❑ غير موافق ❑ لا أعرف

14. أعتقد أن مطالعتي للأخبار والمعلومات من خلال الصحيفة الإلكترونية سوف يقلل من الطلب على الصحف الورقية.

❑ موافق تماما ❑ موافق ❑ غير موافق ❑ لا أعرف

15. هل ستتحول إلى قراءة الصحيفة الورقية. إذا ما توجب عليك دفع مبلغ من المال (اشتراك) حتى تتمكن من تصفح الصحيفة الإلكترونية،

❑ نعم ❑ لا

16. أي من الصحف الإلكترونية الأردنية تقرأ؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل).

❑ الرأي ❑ الدستور ❑ العرب اليوم ❑ الغد

❑ الديار ❑ الأنباط ❑ أخرى (اذكرها).... ❑لا أقرأ...

17. اذكر أسماء ثلاث صحف إلكترونية(غير أردنية) عربية أو أجنبية تقرأها (حسب الأهمية)؟

1______ 2______ 3______

❑لا أتذكر ❑.لا أقرأ.

إذا كانت إجاباتك في السؤالين (16+17) بـ (لا أقرأ)، فالرجاء عدم الإجابة عن الأسئلة (18،19،20).

18. ما هي أنماط الموضوعات التي تقرأها في الصحيفة الإلكترونية (يمكن اختيار أكثر من بديل)؟

❑ أخبار وتقارير ❑ مقابلات ❑ مقالات وتحليلات

❑ رسوم كاريكاتيرية ❑ إعلانات ❑ أخرى (اذكرها)......

19. ما هي مجالات الموضوعات التي تحظى باهتمامك عند قراءتك للصحيفة الإلكترونية (يمكن اختيار أكثر من بديل)

❑ شؤون محلية (أردنية) ❑ شؤون عربية

❑ شؤون إسلامية ❑ شؤون عالمية

20. ما هي مضامين الموضوعات التي تقرأها في الصحف الإلكترونية (يمكن اختيار أكثر من بديل)؟

☐ سياسية ☐ اجتماعية ☐ اقتصادية ☐ فنية

☐ رياضية ☐ ثقافية ☐ علوم وتكنولوجيا

☐ أخرى (اذكرها)...

21. أعتقد أن المطلوب من الصحف الورقية حتى تحافظ على بقائها هو: (يمكن اختيار أكثر من بديل)

☐ الظهور في شكل جديد ومختلف عما هو مألوف.

☐ نشرها للمقالات القصيرة والموجزة سهلة الفهم.

☐ تقديم أبواب جديدة ومشوّقه وملاحق متنوعة.

☐ إصدار طبعات عديدة ومتنوعة أثناء اليوم الواحد.

☐ أن تخص كل إقليم من أقاليم الدولة بطبعه مستقلة تتفق وظروفه وترضي أذواق جماهيره.

☐ إرسال الطبعات الجديدة إلى المشترك عبر الفاكس كل صباح (حتى لا يضطر القارئ إلى الذهاب للسوق لشرائها).

☐ أخرى ....تذكر

22. أعتقد أن الصحافة الورقية باقية لجملة من الأسباب أهمها: (يمكن اختيار أكثر من بديل)

☐ لم يسبق أن ظهرت وسيلة إعلامية جديدة استطاعت القضاء على الوسائل السابقة لها.

☐ يمكن للصحافة الورقية أن تعظّم استفادتها من الإنترنت، وتجعل هذه الشبكة أداة للارتقاء بالعمل الصحفي.

☐ يمكن للصحافة الورقية أن توظف الإنترنت في الترويج لها والوصول إلى أسواق جديدة.

❑ يمكن للصحافة الورقية أن تطور محتواها وذلك بالتركيز على الأخبار ذات الطابع المحلي والإعلانات المبوبة.

❑ أخرى............. تذكر

23. أعتقد أن العلاقة بين الصحافة الورقية والإلكترونية هي علاقة؟

❑ إلغاء وإقصاء ❑ تكامل وتنافس ❑ لا أعرف

واقع الإعلام الإلكتروني

في الأردن

د. إبراهيم فؤاد الخصاونة

قسم الصحافة والإعلام

جامعة البترا

ملخص

يتناول البحث واقع الإعلام الإلكتروني في الأردن بعدما فرض هذا النوع من الإعلام في العالم واقعاً إعلامياً جديداً بكل المقاييس، انتقل بالإعلام إلى مستوى الانتشار، واختراق الحواجز المكانية والزمنية والتنوع اللامتناهي في الرسائل الإعلامية.

ويعرض البحث نشأة الإعلام الإلكتروني عالمياً وانطلاقته الفعلية في الأردن، حيث أحدثت انطلاقة الصحافة على الشبكة العنكبوتية قبل عقدين من الآن ظاهرة إعلامية جديدة، وثورة في الحياة اليومية للملايين عبر العالم، ليصبح الإعلام الإلكتروني في ظرف وجيز عميق التأثير، سواء على صنّاع القرار، أو من ناحية تشكيل الرأي العام في المجتمع.

كما يتناول ما يواجه الإعلام الإلكتروني من تحديات كبيرة من أجل معرفة الحلول الصحيحة للمعضلات التي تواجهه، حتى يبادر هذا الإعلام إلى إيجاد إطار مصلحي ناظم لها يدافع عن حقوقه، ويخطط لتطوره ونجاحه.

ويقدم عرضاً عن وسائل تطوير الإعلام الإلكتروني لكي يعمل على رفع سويته المهنية وتفعيل وجوده القانوني سواء في نقابة مستقلة، أو ضمن نقابة الصحفيين الأردنيين، وتوفير غطاء شرعي للمحرر الإلكتروني لتوفير الحماية اللازمة له، وإيجاد بيئة قانونية للعاملين .

Summary

This research deals with the reality of electronic media in Jordan after the enforcing of this type of media in the world and a new media reality by all means, the media moved to the level of proliferation, and breaks through the barriers of spatial, temporal and infinite diversity in media messages.

It displays the emergence of electronic media into the world and his actual starting in Jordan, the start of the press on the web before two decades from now brought the phenomenon of new media, and a revolution in everyday life for millions across the world, to become the electronic media in a short deep impact, both on the decision-makers, or hand, the formation of public opinion in the community.

It also deals with the electronic media faces significant challenges in order to know the right solutions to the problems facing it, so this information can initiate a framework repairmen system to defend its rights, and plans for its development and success.

And give a presentation on ways to develop the electronic media to work on raising professional and activate its rights both in the independent trade union, or within the JPA, and granting legitimacy to the editor-mail to provide the necessary protection for it, and the creation of legal environment for workers.

المقدمة

فرض الإعلام الإلكتروني في العالم واقعاً إعلامياً جديداً بكل المقاييس، حيث انتقل بالإعلام إلى مستوى الانتشار، واختراق الحواجز المكانية والزمنية والتنوع اللامتناهي في الرسائل الإعلامية، لما يملكه من قدرات ومقومات الوصول والنفاذ للجميع، وامتداده الواسع بتقنياته وأدواته واستخداماته وتطبيقاته المتنوعة على الفضاء الإلكتروني المترامي الأطراف بلا حدود أو حواجز أو فوارق .

إن التقنيات الإلكترونية الحديثة تكاد ترسم صورة مختلفة لعالم جديد، لعل من أبرز خصائصه وفرة المعلومات وكثافتها وتدفقها بسهولة وسرعة فائقة، فضلاً عن التنوع في استخدامها، والتحكم في مساراتها وتوجهاتها، وتوظيفها من قبل بعض القوى الدولية، لأغراض سياسية واستراتيجية.

أحدثت انطلاقة الصحافة على الشبكة العنكبوتية قبل عقدين من الآن ظاهرة إعلامية جديدة، وثورة في الحياة اليومية للملايين عبر العالم، ليصبح الإعلام الإلكتروني في ظرف وجيز شديد الخطورة وعميق التأثير، سواء على صناع القرار، أو من ناحية تشكيل الرأي العام وتوجيهه، فلم يعد الرقيب حكومياً كما كان الأمر سابقاً، وأصبح الرقيب هو أخلاقيات العمل الصحفي، والرسالة الإعلامية الموضوعية.

أصبح المشهد الإعلامي في متناول الجميع، بعد أن كان محصوراً في فئة معينة من الشعب، وصار أكثر انتشاراً وسرعة في الوصول إلى أكبر عدد من القراء، وأنارت الصحافة الإلكترونية آفاقا عديدة، وفتحت أبواباً مغلقة، وأصبحت أسهل وأقرب للمواطن، وصار المنتج الإعلامي مباشراً وتفاعلياً وفورياً. [1]

يعتمد هذا النوع من الإعلام على الشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت)، ما دعا وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمشاهدة إلى إنشاء مواقع خاصة بها على شبكة الإنترنت تؤدي الوظيفة الإعلامية نفسها لهذه الوسائل بالإضافة إلى ما تتميز به شبكة الإنترنت من ميزات تؤهلها للقيام بدور إعلامي متميز، وذلك لسرعتها في النشر، وإمكانية تخزين المعلومات وتنسيقها، وتبويبها، وتصنيفها، واسترجاعها في ثوان. [2]

والصحافة الإلكترونية هي : الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت سواء كانت بمثابة نسخ أو إصدارات إلكترونية لصحف ورقية مطبوعة، أو موجز

لأهم محتويات النسخ الورقية، أو جرائد ومجلات إلكترونية ليست لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق تحوي مزيجاً من الرسائل الإخبارية والقصص والمقالات والتعليقات والصور والخدمات.

يسعى البحث إلى القاء الضوء على نشأة الصحافة الإلكترونية، وتطورها، ومميزاتها، وواقع الصحافة الإلكترونية في الأردن وطموحها، ووضع مقترحات تسهم في النهوض بواقع الصحف الإلكترونية في الأردن، بهدف الوصول إلى مركز متقدم عربياً وعالمياً.[3]

إشكالية البحث:

أصبح الإعلام الإلكتروني في ظرف وجيز شديد الخطورة وعميق التأثير، سواء على صانعي القرار، أو فيما يتعلق بتشكيل الرأي العام وتوجيهه، فلم يعد الرقيب حكومياً كما هو الحال في الصحافة الورقية، بل أصبح الرقيب يتمثل بأخلاقيات العمل الصحفي، والرسالة الإعلامية الموضوعية.

أسئلة البحث

يتناول البحث موضوع الصحافة الإلكترونية في الأردن محاولاً الإجابة على ما يلي:

1- هل يوجد في الأردن صحافة إلكترونية، وما هي نقاط قوتها وضعفها ؟
2- ما هي إمكانية تطور هذا النوع من الصحافة مستقبلا ومدى مجاراتها لما هو سائد عالمياً ؟

أهمية البحث

تكمن أهمية البحث بأنه يتيح الفرصة للتعرف على واقع الصحافة الإلكترونية الأردنية، وهذا الأمر يفتح أمام الدارسين آفاقاً لتحليل محتواها؛ والتعرف على اتجاهاتها، ومضمونها وكوادرها، ومدى تمتع القائمين عليها بالمؤهلات المهنية، ومعرفة إمكاناتها المادية والفنية.

ويكتسب البحث أهميته بسبب محدودية الدراسات التي أجريت على الصحافة الأردنية الإلكترونية.

أهداف البحث

يهدف البحث إلى وصف واقع الإعلام الإلكتروني في الأردن من الناحية الموضوعية والتكنولوجية، ومدى تأثير الصحافة الإلكترونية على الصحافة الورقية، ونظرة الحكومة حيال النوع الجديد من العمل الصحفي.

ويسعى الباحث إلى تكريس نهج علمي تحليلي يرصد المؤشرات التي تؤدي إلى تحسين مستوى مهنية العاملين في الإعلام الإلكتروني . ويأمل أن يسهم في تقديم تصورات تساعد المهتمين بالإعلام الالكتروني على النهوض به نحو الأمام .

منهج البحث

اعتمد الباحث في بحثه المنهج الوصفي التحليلي بالاطلاع على عينة عشوائية متنوعة من الصحف والمواقع الإلكترونية، وذلك في الفترة سبقت تشرين الثاني 2011 .

الدراسات السابقة

دراسات عربية:

- دراسة حسني عبد الهادي "1999"بعنوان الصحافة الإلكترونية في دولة الإمارات.

هدفت الدراسة إلى وصف ظاهرة الصحافة الإلكترونية العربية من الناحية الموضوعية والتكنولوجية وتحليلها وخلصت إلى أن الصحيفة الإماراتية الإلكترونية ليست صحيفة مستقلة عن الصحيفة الورقية.(4)

- دراسة لقاء مكي الغزاوي "2002"بعنوان دراسة في الصحافة الإلكترونية وأفاق المستقبل .

هدفت الدراسة إلى معرفه دقه الافتراضات التي تتحدث عن قرب نهاية الصحافة الورقية وما هو الأفق الزمني المحتمل. وخلصت الدراسة إلى أن الصحافة الإلكترونية ستجعل الصحافة الورقية تطور من إمكانياتها حتى تستطيع المنافسة.(5)

- دراسة فايز بن عبدالله الشهري"2003"بعنوان واقع مستقبل الصحف اليومية على شبكة الإنترنت.

هدفت إلى كشف واقع نشر الصحف السعودية اليومية الصادرة باللغة العربية عبر الإنترنت والأسباب التي أدت إلى إطلاق الصحف الورقية نسختها الإلكترونية. وخلصت إلى أن النسخ الإلكترونية تختلف في الإصدار عن النسخة الورقية.(6)

- دراسة ماجد سالم تربان"2008"بعنوان الصحافة الإلكترونية الفلسطينية.

هدفت إلى معرفة نوعية المواد التي تقدمها الصحف الإلكترونية وما هي مصادرها وخصائص القائمين عليها. وخلصت إلى أن الصحافة الإلكترونية الفلسطينية تتعامل مع واقعها على شبكه الإنترنت باعتبارها وسيلة لإعادة نشر ما تصدره الصحف اليومية المطبوعة.(7)

- دراسة أصدرتها مديرية المعلومات في دائرة المطبوعات والنشر "2011" بعنوان الصحافة الإلكترونية في الأردن .

هدفت إلى معرفة مدى اتساع هامش الحريات في الصحافة الإلكترونية الأردنية وزيادة تأثيرها واتساعها وخلصت إلى أن الصحافة الإلكترونية الأردنية في ازدياد وأنها أسهمت بشكل ملحوظ في حل العديد من القضايا.(8)

- دراسة محمد قطيشات مدير وحدة المساعدة القانونية للإعلاميين في مركز حماية وحرية الصحافيين وهي دراسة قانونية: بعنوان "الإعلام الإلكتروني يفتح باباً للأسئلة القانونية الشائكة".

أوصت الدراسة بإجراء تعديلات على قانون المطبوعات والنشر تتحدد فيها الجرائم الواقعة بواسطة المطبوعات والمسؤولية عن تلك الجرائم وفق القواعد العامة للمسؤولية الجزائية، داعية إلى أن تنشأ بموجب التعديلات محكمة خاصة للنظر في الجرائم الواقعة بواسطة المطبوعات بحيث تحدد في التعديلات أصول الإجراءات المتبعة في تلك المحكمة ويتم بموجبها إلغاء التوقيف في جرائم المطبوعات.

وشددت الدراسة التي نشرت في التقرير السنوي الذي أصدره مركز حماية وحرية الصحافيين عن حالة الحريات الإعلامية في الأردن في العام 2009 على ضرورة تسجيل المواقع الإلكترونية في وزارة الصناعة والتجارة بإتباع نظام الإخطار وليس الترخيص المسبق وتحديد المسؤولين عن الموقع وتحميلهم المسؤولية أمام القانون.(9)

دراسة علي نجادات، بعنوان "مستقبل الصحف الورقية الأردنية في مواجهة الصحف الإلكترونية في ظل ثورة المعلومات والمعرفة"، المجلة الأردنية للعلوم الإنسانية، المجلد2، العدد 2 2009.

لجأ الباحث إلى منهج المسح، حيث تمت دراسة جمهور القراء من الطلبة المبحوثين، وخلصت إلى أن ما نسبته (53.3٪) من المبحوثين يقرأون الصحف الورقية،

مقابل (9.9٪) منهم يقرأون الصحف الإلكترونية، وأن ما نسبته (64.7٪) من المبحوثين لا يفضلون مطالعة الصحف الإلكترونية على الورقية، مقابل (35.3٪) منهم يفضلون ذلك.

وأفادت أن ما نسبته (63.5٪) من المبحوثين يوافقون على أن الصحف الإلكترونية تسهم في زيادة هامش الحرية الصحفية، والتقليل من الرقابة على ما ينشر، أما نسبة أولئك الذين لا يوافقون، فكانت (15.3٪).

كما توصلت الدراسة إلى أن ما نسبته (75٪) من المبحوثين يعتقدون أن العلاقة ما بين الصحافة الورقية والإلكترونية هي علاقة تكامل وتنافس، بينما يرى ما نسبته (8٪) منهم أن العلاقة هي علاقة إلغاء وإقصاء[10].

دراسات أجنبية:

- دراسة سنجر وآخرين (Singer & Others,1998) حول "واقع ومستقبل الصحافة الإلكترونية في أمريكا" وهي دراسة مسحيّة شملت 466 صحفياً من عدد من الصحف الأمريكية (مطبوعة وإلكترونية) وهدفت إلى التعرف على القضايا المرتبطة بمستقبل وواقع الصحف الأمريكية ومهنة الصحافة من حيث التوظيف في مجال النشر الإلكتروني، والرواتب ومستويات الخبرة وتصنيفات العمل ومزاياه.

وقد كشفت النتائج أن عدد موظفي الصحف الإلكترونية لا يزال قليلاً، وأن الرواتب والمزايا تتساوى تقريباً مع تلك التي لموظفي الصحف المطبوعة على الورق في الوظائف المماثلة. ولقد عبر محررو صحافة الإنترنت عن قلقهم من الضغوط نحو التحول إلى فقدان أعمالهم، وكذلك أبدت نسبة مهمة من عينة الدراسة من العاملين في الصحف الإلكترونية قلقاً ظاهراً من النظرة السلبية تجاههم وكأنهم يعتبرون مواطنين من الدرجة الثانية، جراء النظرات غير المستحبة التي يرمقهم بها زملاؤهم في الصحف المطبوعة.

وأظهرت الدراسة أيضاً أن أكثر اهتمامات رؤساء تحرير الصحف المطبوعة تتركز حول محتوى المادة الإخبارية وقضايا التوظيف. وفي هذا السياق تكشف الدراسة أن البعض كان مهتماً بالعثور على صحفيين مؤهلين وتوظيفهم والعناية بهم[11].

- دراسة شيرمان وزملائه (Sherman, et al., 2000) حول "مدى إقبال طلبة الجامعات على مطالعة الصحف عبر الإنترنت" حيث هدفت إلى التعرف على الفروق بين الجنسين من طلبة الجامعة نحو مطالعة الصحف عبر الإنترنت وخبراتهم معه، تبين أن الفجوة بين الطلبة

والطالبات في السنوات الأخيرة بدأت تضيق عما كانت عليه سابقا، ولكن توجد فروق بينهم في الاستخدام الجيد والأمثل بين الجنسين وكيفية التعرف على وسائل وطرق الاستخدام واكتساب الخبرة بهذا المجال، وتبدو المشكلة أكبر لدى الطلبة في مراحل التعليم العليا، لأنهم في حاجة إلى المزيد من الخبرات في هذا المجال وبكافة الأقسام والتخصصات العملية.

كما أكدت الدراسة أن منذ الستينات والذكور أكثر إلماما بالصحف وإقبالاً عليها من الإناث، وأن السلوك المتعلق بمطالعة الصحف يختلف بشكل ظاهر بين الجنسين إلا أن هذه الفروق لم تتغير حتى الآن.[12]

- دراسة "ساندرز وموريسون"(Sanders, & Morrison, 2001) فقد درسا اتجاهات وسلوك الطلبة نحو تعلم مادة "الصحافة" من خلال الإنترنت، وباستخدام ما يسمى (WebCT) Web course tools. وذلك على عينة مكونة من (200) طالب بجامعة جورج ساوثرن. وقد تم إعداد استبانة لهذا الغرض. وتؤكد الدراسة أن اتجاهات الطلبة نحو التعلم بهذه الطريقة كان إيجابياً بشكل عام.

ويشعر معظم الطلبة بارتياح مع استخدام موقع المادة، والذي مكنهم من التفاعل والتعاون مع زملائهم خارج غرفة الدرس، كما مكنهم من الحصول على الخطط العامة للمادة وحل المشكلات والأسئلة والتقييم الذاتي بواسطة الاختبارات الذاتية ومهارات التفكير الناقد. ومما يزيد من أهمية الموقع سهولة الاستخدام كون أسئلته من النوع القصير أو ذات الاختيار من متعدد. وأظهرت الفتيات اتجاهات أكثر تفضيلاً نحو التعليم باستخدام الإنترنت، وخاصة أثناء الدرس. كما أنهن أكثر إيجابية في استخدامه مقارنة بالذكور.[13]

تعليق على الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة محاور عديدة حول الصحافة المطبوعة والصحافة الإلكترونية، فمنها ما اهتم بمستقبل الصحافة الإلكترونية وسياساتها التحريرية، ومنها ما اهتم بموضوع الاتجاهات وعلاقتها بالتحصيل الدراسي للطلبة، ومنها ما اهتم بمحور الإنتاج والوسائط التفاعلية في الصحافة الإلكترونية، ومنها ما اهتم بالعلاقة بين الوسيلة الإعلامية وبين موقعها الإلكتروني.

تنوعت أيضا مجتمعات الدراسات فمنها ما اعتمد على القائمين بالاتصال في الصحف ومنها ما اعتمد على المتلقين أو المستخدمين، وكل تلك المحاور كانت مفيدة في توسيع أفق الباحث وتحديد مشكلة دراسته حيث ستبحث في واقع الإعلام الإلكتروني في الأردن، وستحاول التعريف بالصحافة الإلكترونية والكشف عن الآثار التي ساهمت بها التقنية التكنولوجية في هذا المجال بما يساعد في التعرف على الحاجات الاتصالية والإعلامية لهذا النوع من الصحافة.

مكانة الدراسة بين الدراسات:

تكتسب الدراسة مكانتها من محدودية الدراسات التي تتناول واقع الصحافة الإلكترونية الأردنية ومستقبلها في ظل الانتشار الواسع للإنترنت ومعرفة مكانتها في ظل تطورها عالمياً وتأثيرها على رفع مستوى الحريات الصحفية بهدف فتح الآفاق أمام الباحثين لتناول موضوعات لها ارتباط وثيق بهذا الجانب مستقبلاً.

مصطلحات البحث:

الصحيفة الإلكترونية: هي التي تنشر مضمونها على الإنترنت، ومنها لها أصل ورقي وبعضها ليس له أصل ورقي، والتي لها أصل ورقي قد تنشر كل مضمونها أو بعضه على الموقع الإلكتروني.

الصحيفة الإلكترونية للصحف الورقية : هي نسخة طبق الأصل "كربونية" من الصحيفة التي تصدر بطبعاتها المختلفة ورقياً وتوزع بصورة اعتيادية ويعمل طاقم العمل على رفع محتويات الصحيفة الورقية ونشرها على الموقع الإلكتروني.

الموقع الإخباري الإلكتروني: موقع صحفي شامل أو متخصص بجانب معين من المعلومات، ونشأ ابتداء على الإنترنت، وليس له أصل ورقي، وإنما بيئته الأساسية هي تلك البيئة الافتراضية اللامتناهية المسماة بفضاء الإنترنت، ويضم فريق العمل مكونات غرفة الأخبار بما تحويه من رئيس تحرير ومحررين وصحفيين ومدققي اللغة والمعلومات ومصنفي المواد، وقسم المالتيميديا الذي يوفر الصور المصاحبة للمواد المنشورة، وهذا على أقل تقدير.

الصحيفة الإلكترونية الملتزمة: هي التي تنطق باسم حزب أو جماعة أو دين أو مذهب، فتدعو – مباشرة وغير مباشرة- إلى عقيدة أو فكرة، وتسم موادها الإعلامية بسمتها الخاصة، وتدافع عن أفكارها مثل صحيفة السبيل.

الصحيفة الإلكترونية المستقلة: هي التي لا تنتمي إلى حزب أو جماعة، وتهدف إلى نقل الحقيقة للقارئ كما هي ومن جميع مصادرها، بالإضافة إلى تحقيق الترفيه عنه أو مده بالثقافة، كصحيفة عمون .

الصحيفة الإلكترونية الرسمية أو شبه الرسمية: هي التي تشرف عليها الدولة لتشرح سياساتها ومواقفها في شتى الميادين مثل جريدة الرأي .

حرية الصحافة (أو الصحافة الحرة) هي الضمانة التي تقدمها الحكومة لحرية التعبير وغالباً ما تكون تلك الحرية مكفولة من قبل دستور البلاد للمواطنين والجمعيات وتمتد لتشمل بث الأخبار وتقاريرها المطبوعة.

الصحيفة الورقية: هي الصحيفة التي تستخدم الورق في إصدارها.

الإذاعات والفضائيات : وسائط إعلامية تُعنى بتقديم تقارير إخبارية صوتية وتقديم خدمات نصية بصور وأشكال إيضاحية، وتفتح ساحة حوار تفاعلي مع المتلقي.

وكالات الأنباء : وسائط إعلامية تقدم خدماتها على شبكة الإنترنت بعدة لغات أو باللغة العربية، وتقدم تغطية للأحداث المحلية والعالمية إضافة إلى خدمة الأخبار والمعلومات التي تتواصل بها مع المتلقي عبر البريد الإلكتروني، ومنها الرسمي مثل وكالة الأنباء الأردنية، وغير الرسمية مثل رويترز.

الإعلام : عملية اتصال تتكون من مرسل، ومستقبل، وقناة اتصال، ورسالة ويترتب على العملية الاتصالية رجع صدى.

حرية التعبير والنشر: هي الحرية في جمع الأفكار والآراء والتعبير عنها عن طريق الكلام أو الكتابة أو الأعمال الفنية؛ دون رقابة أو قيود حكومية، بشرط أن لا يمثل طريقة عرض الأفكار والآراء أو مضمونها ما يمكن اعتباره خرقاً أو مخالفة لقوانين الدولة وأعرافها.

سياسة واستراتيجية الصحيفة أو الموقع الإخباري الإلكتروني: إذ عليهما قبل صدورها أو إنشائه تحديد أهدافهما وسياستهما وملامحهما العامة التي تحدد ضمنياً طبيعة الجمهور المتوقع، ولغة الصدور .

نشوء الصحافة الإلكترونية

تعد الصحافة من ضرورات الحياة المعاصرة، وتمتاز بأنها تناسب عقول الناس، ومفاهيمهم وعواطفهم، وآمالهم، ومن خلالها يستطيع الإنسان أن يثبت وجوده، وهي لسان

حال الأمة، وعين الشعب الناقدة التي تعبر عن ماضي الأمة وحاضرها وتطلعها إلى مستقبلها.

يؤدي الصحفي دوراً مهماً في عمله فهو يرتبط بطريقة مباشرة بقضايا وطنه من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية وغيرها.[14]

والصحافة في اللغة هي مهنة من يجمع الأخبار والآراء وينشرها في صحيفة أو مجلة، لتنقل للمواطنين الأحداث التي تجري في محيط مجتمعهم وأمتهم، والعالم أجمع، وتساعد الناس في تكوين آرائهم حول الشؤون الجارية، وتبرز أهميتها من وظيفتها التي تسهم في رقي المجتمعات، ويمكن حصر وظيفتها في ست وظائف أساسية هي كالآتي الإخبار والإعلام، والشرح والتفسير، والتوجيه والإرشاد، والتسلية والإقناع، والإعلان والتسويق، والتثقيف والتنشئة الاجتماعية.[15]

وتعرّف الصحافة الإلكترونية بأنها الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات إلكترونية لصحف ورقية مطبوعة أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية، أو جرائد ومجلات إلكترونية ليست لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق وتتضمن مزيجاً من الرسائل الإخبارية والقصص والمقالات والتعليقات والصور والخدمات المرجعية.[16]

وتقسم الصحف الإلكترونية إلى نوعين : الصحف الإلكترونية الكاملة، وهي صحف قائمة بذاتها وإن كانت تحمل اسم الصحيفة الورقية، ويمتاز هذا النوع من الصحف الإلكترونية بأنه يقدم الخدمات الإعلامية والصحفية التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار وتقارير وأحداث وصور وغيرها، كما يقدم خدمات صحفية وإعلامية إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها، وتتيحها الطبيعة الخاصة بشبكة الإنترنت، مثل خدمات البحث داخل الصحيفة أو في شبكة الإنترنت بالإضافة إلى خدمات الربط بالمواقع الأخرى وخدمات الرد الفوري والأرشيف، وتقديم خدمات الوسائط المتعددة النصية والصوتية.

وأخرجت مهنة الصحافة من قوالبها التقليدية الجامدة التي صنعتها الصحافة التقليدية وذلك بما تقدمه للصحفي من التمتع بالحرية الكاملة في إبداء الرأي الذي قد لا ينشر في الصحف الرسمية، وطبيعتها التفاعلية مع الجمهور، وقد أضاف النشر الإلكتروني الكثير للسلطة الرابعة، وجعل عملها سهلاً وسريعاً، لانخفاض تكلفتها

المادية بشكل كبير عن الصحافة المطبوعة، وسرعتها في نقل الخبر بالصور وأحياناً نقل الحوار بالصوت أو تصوير الحدث بالفيديو.

وللصحافة الإلكترونية التي يطلق عليها في الدراسات الأدبية والكتابات العربية مسميات أخرى مثل الصحافة الفورية والنسخ الإلكترونية والصحافة الرقمية والجريدة الإلكترونية، وتحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو بموضوعات ذات طبيعة خاصة، وتتم قراءتها عبر شبكة الإنترنت، للحصول على مصادر ووثائق ومعلومات عن ملايين الموضوعات.[17]

ويرتبط مفهوم الصحافة الإلكترونية بمفهوم آخر أكثر وأعم وهو مفهوم النشر الإلكتروني الذي يستخدم للإشارة إلى استخدام الكمبيوتر في عمليات إنشاء وتحرير وتصميم وطباعة وتوزيع المطبوعات.[18]

ترجع نشأة الصحافة الإلكترونية إلى بداية تعاون قام بين مؤسستي BBC الإخبارية وإندبندنت برودكاستينغ أوثوريتي IBA العام 1976 ضمن خدمة تلتكست، إذ عرف النظام الخاص بالمؤسسة الأولى باسم سيفاكس (Ceefax)، بينما عرف نظام المؤسسة الثانية باسم أوراكل(oracle).

وفي العام 1979 ظهرت في بريطانيا خدمة ثانية أكثر تفاعلية عرفت باسم خدمة الفيديو تكست مع نظام بريستل Prestel قدمتها مؤسسة بريتش تلفون أوثوريتي(BTA). وسبق ذلك إجراء علماء من جامعة كاليفورنيا الأميركية تجربة علمية مثيرة في شهر تشرين الأول من العام 1969 لم يكن القائمون عليها يتصورون النتائج الباهرة التي تستثمرها، والأثر العميق الذي ستتركه على مسيرة التاريخ الإنساني، وكانت التجربة العلمية محاولة لربط جهاز كمبيوتر في مدينة لوس أنجلوس بكمبيوتر آخر في مدينة منلو بارك بخط هاتفي، بحيث يستطيع الجهازان العمل معاً بشكل نظام اتصال مغلق، وكانت غاية أولئك العلماء الأميركيين إبقاء أنظمة الصواريخ النووية الأميركية فعّالة، حتى بعد تعطل جزء منها في حرب مدمرة.[19]

يصعب التحديد الدقيق لتاريخ نشوء أول صحيفة إلكترونية، ويمكن القول إن صحيفة (هيلزنبورج داجبلاد) السويدية هي الصحيفة الأولى في العالم والتي نشرت إلكترونياً بالكامل على شبكة الإنترنت العام1990 .

وفي العام 1992 أنشأت شيكاغو أونلاين أول صحيفة إلكترونية على شبكة أميركا أونلاين وبحسب كاواموتو فإن موقع الصحافة الإلكترونية الأول على الإنترنت

انطلق العام 1993 في كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا وهو موقع بالو ألتو أونلاين Palo Alto وألحق به موقع آخر في 19 يناير 1994 هو ألتو بالو ويكلي لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بانتظام على الشبكة.

وتعد هذه الصحيفة أول النماذج التي أدخلت صناعة الصحافة الإلكترونية بطريقة كبيرة ومتزايدة بخاصة مع توفير خدمة الإنترنت مجاناً في الولايات المتحدة وبلاد العالم المتقدم بحيث أصبحت الصحافة جزءاً من تطور وتوزيع شبكة الإنترنت. "وبدأت غالبية الصحف الأميركية تتجه إلى النشر عبر الإنترنت خلال عامي 1994- 1995 وزاد عدد الصحف اليومية الأميركية التي أنشأت مواقع إلكترونية من 60 صحيفة نهاية العام 1994 إلى 115 صحيفة العام 1995 ثم إلى 368 في منتصف العام 1996.

وتعد صحيفة "واشنطن بوست" أول صحيفة أميركية تنفذ مشروعاً كلف تنفيذه عشرات الملايين من الدولارات يتضمن نشرة تعدها الصحيفة يعاد صياغتها في كل مرة تتغير فيها الأحداث مع مراجع وثائقية وإعلانات مبوبة.

وفي شهر نيسان العام 1997 "تمكنت صحيفتا لوموند وليبراسيون من الصدور دون أن تتم عملية الطباعة الورقية بسبب إضراب عمال مطابع الصحف الباريسية، وصدرتا على مواقعها في الإنترنت لأول مرة ."[20]

وتزايد عدد الصحف الإلكترونية وانتشارها في العالم يقول الدكتور عبد الستار فيكي: "لقد تزايد الاتجاه في الصحف على مستوى العالم إلى التحول إلى النشر الإلكتروني بسرعة كبيرة، ففي العام 1991 لم يكن هناك سوى 10 صحف فقط على الإنترنت ثم تزايد هذا العدد حتى بلغ 1600 صحيفة العام 1996 وقد بلغ عدد الصحف العام 2000 على الإنترنت 4000 صحيفة على مستوى العالم، كما أن حوالي 99٪ من الصحف الكبيرة والمتوسطة في الولايات المتحدة الاميركية قد وضعت صفحاتها على الإنترنت". [21]

وتشهد شبكة الإنترنت تزايداً لافتاً في عدد المستخدمين ومع هذا الازدياد وجدت الحاجة إلى كم ونوع من الأخبار والمعلومة الآنية ، ونتيجة إلى ذلك شهدت الشبكة العنكبوتية ارتفاعاً ملحوظاً في عدد المواقع الإخبارية على الإنترنت.[22]

ومن مميزات الصحافة الإلكترونية: انتشار المعلومات ووصولها إلى أكبر شريحة محلياً ودولياً بأسرع وقت وأقل تكاليف، إضافة إلى سرعة استجابة القارئ، وسهولة

مناقشة الخبر بين الكاتب والقارئ، وسرعة تحديث الخبر الإلكتروني وتعديله وتجديده، وتوفر الصحافة الإلكترونية مساحة أوسع لشرائح المجتمع كافة للمشاركة، وعدم اقتصار الكتابة على الكتاب المشهورين والمبدعين.

استطاعت الصحافة الإلكترونية أن تتخطى الحدود المحلية والعربية والدولية وحدود القانون والرقابة، وتوفر الوقت والجهد والمال لمتابعتها، وتمكنت من خلق مجتمعات متجانسة محلية عربية ودولية صحفية حول قضية ما، وقد تحتوي الصحافة الإلكترونية على استطلاعات رأي واستفتاءات تعطي مساحة كبيرة للقارئ لإبداء رأيه دون قلق كاسرة بذلك حاجز الخوف من الرقابة.

وتوفر أرشيفاً وقاعدة معلوماتية للصحفي في كل وقت، وتوفر النقد والتعليق على الخبر الإلكتروني؛ ما يزيد من مستوى مشاركة الفرد في صنع القرار، وعدم حاجة مؤسسة الصحافة الإلكترونية إلى مقر واحد ثابت يحوي كل الكادر.

ومنحت الصحافة الإلكترونية للقارئ حرية واسعة للتعبير الفكري والعقائدي والأدبي والفني والتعبير عن المشاعر والعواطف والتواصل الثقافي والفكري والعقائدي مع الآخرين بسرعة لم نكن نحلم بها، ومعرفة رأي الآخرين فيها، وهيأت ظروفا تساعد على الإبداع في مجالات كثيرة، ومجالات واسعة للتسلية واللعب والترفيه، وسهلت البحث عن المراجع والمعلومات والأخبار لكتابة المقالات والموضوعات.[23]

وساعدت الصحافة الإلكترونية على تنامي دور القطاع الخاص في مجال العمل الإعلامي، وظهور أشكال جديدة من الإعلام مثل "إعلام الفرد" القائم على البث الشخصي إذ تحول المواطن إلى صحفي، أو ما يطلق عليه (المواطن الصحفي) عبر الجيل الجديد من الإعلام التقني من خلال دمج أكثر من وسيلة إعلامية في وسيلة واحدة فمدوناته تحتوي على مقاطع فيديو ولقطات من صور فوتوغرافية وكلمات نصية تتفاعل مع جمهور من شتى بقاع العالم.

ومن سلبيات الصحافة الإلكترونية: عدم خضوعها للرقابة، وعدم القدرة على التأكد من صحة المعلومات، وكسر بعض المحرمات والقيم الاجتماعية وزيادة إمكانية التزوير، وأثرت أحياناً سلباً على الحياة الأسرية والاجتماعية[24].

أما الصحافة العربية الإلكترونية ، فكانت صحيفة "إيلاف" التي صدرت في لندن العام 2001 أول صحيفة إلكترونية عربية[25].

وأصبح الآن بإمكان متصفح الإنترنت العربي العثور يومياً على الكثير من الصحف الإلكترونية العربية الوليدة التي لم تتعد أعمارها الأيام أو الأشهر، فيما كانت حتى العام 2000 قاصرة في استخدام أساليب ومميزات النشر الإلكتروني ولم يتبلور إدراك كامل لطبيعة الصحيفة الإلكترونية، وأن غالبية هذه الصحف لا يتم تحديثها على مدار الساعة بل هي نسخة كاربونية للصحيفة الورقية.

تفتقر معظم الصحف الإلكترونية العربية إلى خدمة البحث عن المعلومات ولا يوجد في الكثير منها ارشيف للمواد التي سبق نشرها، والكثير منها أصدرت طبعاتها الإلكترونية، فيما صدر بعضها مباشرة دون أن يكون لها طبعات ورقية سابقة، ورغم توجه العديد من القراء العرب نحو الطبعات الإلكترونية من الصحف العربية، فإن الطبعات الورقية ما زالت تحوز على قدر كبير من الانتشار لأسباب منها: قلة انتشار الكمبيوتر في المنازل والمؤسسات التعليمية العربية من جانب، وارتفاع تكلفة استخدام الإنترنت في معظم الدول العربية من جانب آخر.[26]

انطلاقة الصحافة الإلكترونية الأردنية:

في العام 2006 أطلق الإعلامي سمير الحياري موقعاً إخبارياً أردنياً، حقق نجاحات غير مسبوقة، مفتتحا مشوار الصحافة الإلكترونية اللحظية في الأردن، وهو لون صحفي جديد ظهر في الأردن، قبل أن يتكاثر، إذ يبلغ عدد المواقع الإخبارية الإلكترونية في الوقت الراهن أكثر من (150) موقعاً إخبارياً، لم يحقق السواد الأعظم منها أي نجاحات تذكر بل اعتمدت على ما تنشره المواقع الإخبارية الأردنية القوية، والتي حققت شهرة واسعة، وقوة إعلامية لافتة مثل عمون، وسرايا، وخبرني، والمدينة نيوز، وعمان نت، إلا أنه في الفترة الأخيرة لوحظ أن معظم المواقع الإخبارية باتت تتوخى نشر أي أخبار جريئة ميزت انطلاقاتها، وسط انطباعات بأن الجهات الرسمية قد باتت مصممة على تطويع صحافة المستقبل التي سجلت انتصارات لا تخطئها العين على الصحف الورقية التي تراجعت إلى مستويات غير مسبوقة في الأردن، بعد انتشار المواقع الإخبارية.[27]

فيما يخص الصحافة الورقية فإنها في تراجع من ناحية التوزيع بالإضافة إلى أنها لا تستطيع مجاراة الصحافة الإلكترونية في سرعة إيصال الخبر خلال دقائق، فعلى المواطن أو القارئ للصحافة الورقية أن ينتظر لليوم التالي حتى يقرأ الخبر على صفحاتها. ولهذا

فإننا نلاحظ تراجعاً في توزيع أعداد وكميات الصحف اليومية، بالإضافة إلى أن العديد من المشتركين ألغوا اشتراكاتهم بالصحف اليومية ، نظرا لاشتراكهم بالإنترنت حيث يمكن للمواطن قراءة جميع الصحف والمواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت. كذلك فان انتشار الصحف والمواقع الإلكترونية أصبحت منبراً لأي مواطن أن يعبر عن رأيه بحرية وسمحت له التواصل مع أصحاب القرار، ولفتت أنظار المسؤولين إلى هموم وشكاوى ومشاكل الناس وساهمت في كشف الفساد وتنوير الرأي العام. هذا بالإضافة إلى إتاحة الفرصة للمواطن الأردني المغترب أينما كان في العالم أن يتواصل مع بلده الأردن بشكل خاص وأن يطلع على أخبار وطنه وأهله.[28]

إن الصحافة الإلكترونية فسحت المجال أمام الكتاب المحرومين من الكتابة في الصحف اليومية أن يعبروا عن آرائهم بكل حرية، بل إن بعض الكتاب في الصحف اليومية يلجأ لنشر بعض مقالاته (الساخنة) في المواقع والصحف الإلكترونية ، نظرا لعدم تمكنه من نشر هذا المقال في صحيفته اليومية.

وشن بعض الصحفيين والكتاب في الصحف اليومية هجوماً عنيفاً على الصحافة الإلكترونية وخاصة بعض رؤساء التحرير في الصحف اليومية، نظرا لما آلت إليه صحفهم الورقية من تراجع في أرقام التوزيع ، فأرادوا كبح جماح الصحف الإلكترونية ووضع قيود عليها. ولا ننسى أن بعض المسؤولين لا يروق لهم كشف الفساد والأخطاء سواء في القطاع العام أو الخاص. وتمت ممارسة ظاهرة الاسترضاء ومارس البعض من الصحفيين الابتزاز لمسؤولين في الحكومة أيضاً، والبعض الآخر من الصحفيين تم شراؤهم بالمال أو الهدايا والعطايا إما للمديح أو لتغطية الفساد وأخطاء المسؤولين .

إن مهارات الأفراد تتفاوت في التعبير وممارسة الحوار الراقي وخاصة أولئك الذين يبدون آراءهم في المسائل أو المشاكل بحوارات راقية، فيضيفون فائدة للنقاشات ويثرون الحوار بأفكارهم. وبالمقابل فهناك بعض الأفراد ممن يسيئون لأدب الحوار فيشتمون ويسخرون من كل شيء ويخفون أسماءهم أو شخصياتهم. وللأسف فإن بعض المواقع الإلكترونية تنشر لهم مثل هذه الممارسات سعياً وراء الانتشار السريع ولكنها تسيء لنفسها قبل الآخرين، وكان عليها حجب تلك التعليقات التي تغتال الشخصية أو تتعدى على حقوق الآخرين.

تقنين الصحافة الإلكترونية:

قالت الحكومة الأردنية إنها لن تعوق عمل الصحافة الإلكترونية، ولكنها ستخضعها لأحكام بعض القوانين السارية على الصحافة المكتوبة. ونقلت وكالة بترا الرسمية للأنباء عن رئيس الوزراء الأردني السابق سمير الرفاعي قوله خلال اجتماع مع رؤساء تحرير الصحف اليومية إن الإعلام الإلكتروني هو فضاء حر لتداول الأفكار وأن الحكومة تدعم الإعلام الجديد، وكانت محكمة التمييز أصدرت في شهر آذار 2010 قراراً يقضي باعتبار المواقع الإلكترونية مطبوعة تخضع لقانون المطبوعات والنشر.[29]

وأثار تصريح سابق للحكومة بأنها في صدد إعداد آليات لضبط عمل المواقع الإلكترونية في ضوء هذا القرار ضجة في الأوساط الصحفية وخاصة الصحف الإلكترونية التي هددت بإجراءات تصعيدية لمواجهة ما وصفته بالتضييق والرقابة الحكومية عليها.

وقال مسؤولون حكوميون إن قرار محكمة التمييز لن يترتب عليه إرغام المواقع على التسجيل والترخيص أو تعيين رئيس تحرير مسؤول، وأوضحوا أنها ستخضع باعتبارها مطبوعة عامة للأحكام الأخرى الواردة في قانون المطبوعات والنشر والقوانين الأخرى ذات العلاقة.

وتخضع الصحف الأردنية لقانون المطبوعات والنشر الذي يفرض شروطاً محددة لترخيصها وتخصصها ورؤساء تحريرها والعاملين فيها، كما يحظر نشر أي مواد تُشكّل إهانة للشعور أو المعتقد الديني أو إثارة النعرات المذهبية أو العنصرية وغيرها مما قد يُعرّضها لعقوبات قد تصل إلى إغلاق الصحيفة.

وانتشر في السنوات الأخيرة عدد كبير من المواقع الإخبارية الأردنية دون أن تضطر للحصول على تراخيص أو الخضوع لنفس بنود القانون التي تحكم عمل الصحافة المطبوعة.

وتطرح هذه المواقع ردود فعل وتعليقات ذات سقف أعلى من الصحافة المطبوعة في الأردن، إلا أنها كثيراً ما تُتهم بالتشهير دون الخضوع لمساءلة قانونية.

وأعلن رؤساء تحرير الصحف الإلكترونية أنهم سيعملون على إطلاق ميثاق شرف ملزم ومهني يحدد إطار عملها والتزاماتها.

دور الصحافة الإلكترونية في الأردن:

أصبحت الصحافة الإلكترونية الأردنية الآن، سلطة جديدة، تكاد تكون – أو ستصبح يوماً ما – السلطة الرقيبة الخامسة، التي يحسب حسابها آلاف المرات، لا يحول

دونها ودون أن تصبح سلطة جديدة وقوة مؤثرة، وجود الكثير من الثغرات والهنات المهنية والفنية في بنيانها الناشئ الراهن وعودها الغض الطري.

لقد نما هذا النوع من الصحافة الوطنية، بقدرات أبنائها المالية الشحيحة، ومبادراتهم الذاتية وجهودهم الفردية، فكان طبيعياً أن تخطئ وتصيب، وأن تبدع وتخفق. لكنها ظلت تتقدم وتكرس نفسها قوة مرهوبة بما تمتلكه من مساحة واسعة لحرية الرأي والتعبير، وستنمو وسيزداد تأثيرها وسترتاد آفاق حرية جديدة، لأن تقدمها وتطورها ارتبط من جانبه التقني بالوعي المجتمعي بأهمية الإنترنت وبالقدرة على شراء خدماته وهي خدمات تزداد توسعاً وتنخفض أكلافها بتلاحق سريع .

أصبحت هذه الصحافة تعرف بصحافة الفضاء الرحب والحرية، التي تلامس السماء، ما أثير من ضجة وتحريض على هذه الصحافة وقبلها الصحافة الأسبوعية وقبلها الصحافة اليومية جاء في إطار الصراع على الصحافة لتطويعها واحتوائها وتقييدها، وهو صراع لن يتوقف، وسيزداد ضراوة إلى أن يتم الاعتراف من جانب المجتمع بقواه السياسية والاقتصادية والإدارية باللاعب الجديد وحقوقه في المراقبة والإشراف، وبحصته من المساحة المخصصة للقوى الاجتماعية الجديدة وحقوقها المعنوية والمادية!

إن ما يواجه الصحافة الإلكترونية من تحديات كبيرة، ويتوجب من أجل معرفة الحلول الصحيحة للإشكالات أو المعضلات تلك، أن تبادر هذه الصحافة إلى إيجاد إطار مصلحي ناظم لها يدافع عن حقوقها، ويخطط لتطورها وتقدمها ونجاحها وكمدخل لذلك لا بد من "خلوة" يتم خلالها الوقوف على مواطن الضعف والخلل في عملها، فالحرية الجديدة الواسعة التي تتمتع بها وعدم التحقق والتدقيق والجنوح أحياناً إلى الظلم والافتراء واغتيال الشخصيات ومختلف الإشكالات التي يعرفها القائمون على هذه المواقع تشكل قلقاً كبيراً تستنزف طاقات العاملين في هذا القطاع وتؤلب عليهم الرأي العام وصناع القرار أحياناً بدعوى الافتقار إلى المصداقية .

من المعروف أن هذه المواقع تقع فريسة السرعة التي لا بد منها والتي هي واحدة من أعمدة النجاح، وتدفع ضريبتها، السرعة مع الزمن، ومع الحدث، ومع الآخرين، وكالات أنباء أو مواقع زميلة، تزاحم الأخبار وتراكمها، وضغوطات القراء وتعليقاتهم، والحرص على اجتذابهم وإرضائهم، وضغط المعارضة وبياناتها وتغطية نشاطاتها ومظاهراتها، وضغط الكتاب الحريصين على كل حرف ونقطة من مقالاتهم، واتصالات المسؤولين

وغضبهم أو عتبهم، والحرص على الاحتفاظ بجاذبية الكلمة والصورة والمعاناة من اتصالات المحتجين، ...الخ.

إن العاملين في هذا القطاع الإعلامي، من الانصاف أن يتم التعامل معهم والنظر إليهم من الأفق الوطني الشامل لا من الثقب الضيق المتصل بخطأ هنا أو ثغرة هناك. فهذا النوع من الصحافة الوطنية، يربك قوى الفساد لا بل ترهبهم وتضع قرارات المسؤولين تحت رقابة الرأي العام المباشرة الصارمة، وهي قوة دعم للمؤسسات الدستورية وإثراء لحرية التعبير والحريات العامة.

إن السلطة الجديدة، تعرف ما لها وما عليها وتعرف أن المصداقية، هي ركن متين من أركان قوتها ومنعتها ورسوخها، وتعرف أهمية تطوير بنيتها المهنية وتعزيز تقاليد الدقة والحيادية والتقصي والتنقيب والتحقيق الصحفي، وتعرف أن ما تنشره سريع الانتشار، فهي مواقع مقروءة في كل العالم والصورة التي تنقلها هي مسؤولية وأمانة، فخطأ طبيب لا ينبغي أن يعمم فيمس القطاع الطبي، ووقوع سرقة لا يعني فلتان الأمن الذي عرف بحرفيته وكفاءته.

إن الصحافة الوطنية وهي تراقب وقائع الحياة في الأردن، تراقب أداءها في الوقت نفسه، وتعمل على تصويبه وتطويره وتحديثه.

انتشار الصحافة الإلكترونية الأردنية:

انتشرت أنماط الإعلام الإلكتروني في الأردن مؤخراً، وبشكل يتناسب مع الانتشار الهائل لها في الإعلام العالمي. ولأن الأردن جزء من العالم العربي والدول النامية التي لا زالت ترزح تحت وطأة التشريعات المقيدة لحرية التعبير والتجمع والتنظيم ، فإنه من المنطقي أن يكون التأثير الهيكلي للإعلام الإلكتروني على نسق الحريات العامة في الأردن تأثيراً جوهرياً وربما ثورياً في بعض الحالات.

صناعة الإعلام الإلكتروني باتت فرصة كبيرة للإعلاميين في الأردن، ويتسابق الصحافيون المحترفون على تأسيس مواقع متعددة للإعلام الإلكتروني مستفيدين من الحرية الواسعة في التحرير والنشر والتعليق والتي تتجاوز كل ما هو متاح في وسائل الإعلام التقليدية، إضافة إلى تزايد شعبية هذه الوسائل الإعلامية والتي تتميز بالحصول على الخبر السريع وفتح المجال أمام التعليقات والآراء المختلفة.

الإعلام الإلكتروني في الأردن هو حالياً إعلام بوابات إعلامية Portal وهي مواقع إخبارية يقوم على تحريرها مجموعة من الإعلاميين ولها تبويب يشبه الصحافة التقليدية، والنوع الآخر هو المدونات Blogs والذي يقوم بتحريره الأفراد سواء من الصحافيين المحترفين أو الهواة وهو الأقل انتشارا وتأثيرا في الأردن.

إنشاء موقع إعلامي إلكتروني لا يتطلب الكثير من الإجراءات الإدارية ولا الكلفة المالية. حجز موقع وعنوان إلكتروني سهل جداً وأحياناً يكون مجانياً بالنسبة للمدونات، وعملية الحصول على الأخبار أيضاً سهلة لأنها قد تكون عن طريق الاتصالات الشخصية أو عن طريق القراء المهتمين وفي معظم الأحيان تكون المواد المنشورة في وسائل الإعلام التقليدية هي مصدر الخبر والتعليق في الإعلام الإلكتروني.

تغطي المواقع الإلكترونية فراغاً كبيراً في تسهيل عملية نشر الرأي الآخر وخاصة المعارض للسلطة، ومع أن المواقع الإلكترونية والمدونات الأردنية تتحاشى وبشكل واضح الحساسيات السياسية ولا تضع نفسها في موقع مساءلة أمنية فإن ميزة هذه المواقع ترتبط بنشر الأخبار والمقالات والتعليقات الخاصة بالشؤون الاقتصادية والاجتماعية المرتبطة بالهم اليومي للمواطن وبطريقة لا تعرضها وسائل الإعلام التقليدية بسبب اعتبارات قانون المطبوعات من جهة والاعتبارات الاجتماعية والاقتصادية من جهة أخرى.

ربما تكون الميزة الرئيسية للمواقع الإلكترونية هي إتاحة المجال لتعليقات القراء فهذا التطور جعل الصحف اليومية أيضا تفرد مساحات للتعليقات والتي جاءت متميزة بل وساهمت في إتاحة المجال لنشر معلومات إضافية من قبل القراء لم تكن موجودة في الخبر الأصلي وهذا يمثل نموذجاً على تراكمية المعلومة. وبعض المواقع الإلكترونية التزمت بمهنية عالية ونزاهة في عرض الأخبار والآراء.

البعض الآخر تحول إلى ساحة تمجيد لبعض الشخصيات السياسية والاقتصادية ونقد لشخصيات أخرى خاصة في فترة الانتخابات وأصبحت بمثابة نسخ إلكترونية من بعض الصحف الأسبوعية الهادفة إلى الإثارة والتشهير. مشكلة هذه المواقع وإداراتها الوحيدة تتعلق بكيفية التعامل مع تعليقات القراء.

الكثير من التعليقات تكون متميزة بالمعلومة واحترام الرأي الآخر وتقديم ما هو مفيد ولكن نسبة لا يستهان بها من التعليقات تمثل هجوماً شخصياً واتهامات تستخدم لغة مبتذلة، ويقوم أصحابها بتحدي إدارة الموقع في نهاية التعليق بأن تنشر التعليق إذا كانت تؤمن بالديمقراطية.

ولكن الديمقراطية ليست الشتم والتشهير والتخوين والتكفير، ومع ذلك فإن أي مجتمع لا يزال يتطور نحو الثقافة الديمقراطية من المتوقع أن ينتج مثل هذه التعليقات لأن الكبت الطويل لحرية التعبير يجعل الناس يستخدمون هذه الوسائل لبث غضب متراكم منذ أزمنة، وللتعبير الفج الذي يعتقد البعض أنه يمثل جرأة ولكنه في واقع الأمر ليس أكثر من تنفيس عن الغضب من أشخاص محبطين لا يملكون وجهة نظر منطقية.

مثل هذه التعليقات قد تثير غضب البعض ولكنها في واقع الأمر تبقى طبيعية وتمثل مرحلة من العشوائية في التعبير سببها عدم وجود ثقافة ديمقراطية تحترم الرأي الآخر وأدوات تعبير حرة، وعندما تتوفر هذه الشروط سوف تقل نسبة استخدام التعليقات المسيئة.

النجاح الذي تميزت به المواقع الإخبارية الإعلامية لم تحظ به المدونات في الأردن بعكس ما هو حاصل في دول عربية أخرى.

المدونون في الأردن بشكل عام يتجنبون الخوض في السياسة، ولكن هناك الكثير من المدونات المتميزة في الشؤون الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والتي تعكس موهبة حقيقية في الكتابة وقد يشكل أصحاب هذه المدونات جيلاً جديداً من الإعلاميين الذين صقلتهم التجربة الذاتية أكثر من الدراسة والتدريب ولكنهم يحتاجون إلى رفع قدرات من خلال مؤسسات إعلامية محترفة.

غياب الكتابة السياسية في المدونات قد يكون مرده غياب ثقافة التنظيم السياسي بعكس ما هو حاصل في مصر. معظم المدونين في مصر هم من أعضاء الأحزاب والتنظيمات السياسية ولكن في الأردن الغالبية العظمى من المدونين هم من الأفراد وخاصة من الطبقة الوسطى أو الثرية والذين يؤمنون بأن لهم رأياً مختلفاً في الأوضاع التي تحدث في الأردن ولا يعتقدون أن وسائل الإعلام التقليدية تقدم لهم المعلومة والخبر الذي يؤمنون بدقته وهذا ما يجعلهم يحاولون خلق حالة إعلامية خاصة بهم.

كان الجيل الأول من المدونين الأردنيين من الشباب المولعين بالتكنولوجيا والمهتمين بالشؤون العامة وأكثر من نصفهم كان يعيش في الولايات المتحدة وكندا وبعض الدول الأوروبية ويكتبون باللغة الإنجليزية.

أفراد الجيل الأول من المدونين الأردنيين استمروا بالتدوين حتى الآن ولكن نمو المواقع التي تقدم خدمة التدوين باللغة العربية مثل مكتوب وجيران ساهم في زيادة عدد المدونين باللغة العربية.

يمكن القول إن الصحافة الإلكترونية في الأردن قطعت شوطاً كبيراً في التطور والازدهار فاقت نظيراتها من الدول العربية، وذلك لوجود بنية معرفية في التعامل مع الكمبيوتر إضافة إلى مناخ الحريات الذي يتمتع به الأردن حالياً، إذ بلغ عدد المواقع الإلكترونية الصحافية 48 موقعا إلكترونياً، فيما بلغ عدد المواقع المتنوعة حوالي 200 موقع.

وتعد الصحف الإلكترونية جزءاً مهماً من المشهد الإعلامي الأردني لا يمكن تجاهله، وتصنف على شبكة الإنترنت إلى نوعين :الصحف، وهي صحف قائمة بذاتها وإن كانت تحمل اسم الصحيفة الورقية، مثل الرأي، والدستور، العرب اليوم، والسبيل، والجوردن تايمز بالانجليزية، ويقدم هذا النوع من الصحف الإلكترونية الخدمات الإعلامية والصحفية التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار وتقارير وأحداث وصور وغيرها وتقديم خدمات صحفية وإعلامية إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها، ونشرها على شبكة الإنترنت، وتكون على شكل جرائد مطبوعة على شاشات الحاسبات الإلكترونية تغطي صفحات الجريدة تشمل المتن والصور والرسوم والصوت والصورة المتحركة.[30]

إن المتابع للشأن الإعلامي في الأردن يرى بوضوح حجم الانجازات التي تحققت فيه، إذ ألغيت وزارة الإعلام، وتم رفع سقف الحريات، إذ أكد الملك عبدالله الثاني أكثر من مرة أن حرية الصحافة سقفها السماء، ولكن الأمر ما زال بحاجة إلى مزيد من رفع القيود عن الحريات الصحفية .

ومن يبحث في التجربة الأردنية في مجال الإعلام الإلكتروني يلاحظ أنها تجربة مميزة إذا ما قورنت بمثيلاتها في الدول العربية، إذ كانت بدايات نشوئها محدودة الانتشار، وما لبثت أن واكبت التطور التقني الذي كان له دور كبير في تنمية هذه التجربة وتطويرها، وكان لها الفضل في إبراز بعض الكتاب المبتدئين الذين أثبتوا وجودهم على الساحة الصحفية، وخطا كثير منهم خطوات إيجابية لإبراز مهنيتهم، وتحقيق آمالهم وطموحهم الصحفي، وتمتاز بسقف الحرية العالي في النشر، وسماح الحكومة للصحف والمواقع الإلكترونية بالصدور دون قيود او شروط، وقلة التكلفة المادية، وتطورها السريع.

ومن الصحف الإلكترونية في الأردن صحف تقدم الخدمة الصحفية، وليس لها إصدار ورقي مثل: (الخندق، كل الأردن، بترا، رم، سرايا، عمون، وغيرها من المواقع)، وتعد هذه المواقع صحفية إلكترونية بحتة.

وهناك مواقع متخصصة لنشر أخبار المؤسسات التابعة لها ، ومنها حكومية مثل : الوزارات، وبعض المؤسسات كدائرة الأرصاد الجوية، وهيئة النقل العام، والجامعات ومؤسسات غير حكومية كالبنوك، والنوادي، والمؤسسات الخيرية والعلمية والفكرية والثقافية، وبعض الشركات، إذ لا تحتوي مواقعها على مواد صحفية سواء إخبارية أو معلوماتية، ولا تستخدم غالبا قوالب إعلامية أو صحفية، وتقتصر على التعريف بالشركة أو المؤسسة والتعريف بالسلع والخدمات التي تقدمها، والتعريف بالفعاليات الخاصة بالمؤسسة دون الاهتمام بالتغطيات الصحفية والإعلامية، وربما تقوم بعرض منتجات لشركات أخرى، وعمل إعلانات تجارية لسلع وخدمات غالباً ما تدخل في مجال تخصص الشركة التجاري، ولا تعتمد هذه المواقع على هياكل إدارية كبيرة، وربما يتم تدريب بعض الموظفين في الشركة أو المؤسسة للقيام بمهمة التحديث، ولا تعتمد هذه المواقع على خبرات إعلامية أو صحفية متخصصة في الغالب.

وقد حصد بعضها جوائز دولية وحقق حضوراً عالمياً كالموقع الإلكتروني للبنك التجاري الأردني "www.jcbank.com.jo" الذي فاز بالجائزة الأولى الذهبية عن فئة " Commercial & Corporate " ضمن منافسات جائزة أفضل المواقع الإلكترونية للبنوك الأول Banking Web Awards 2009 Competition والمنظمة من قبل أكاديمية جوائز الإنترنت في المنطقة العربية Pan Arab Web Awards Academy.

ويمكن تقسيم الصحف والمواقع الإلكترونية في الأردن إلى ثلاث فئات:-

الأولى: مواقع إلكترونية انتشرت وحاولت التأسيس لصحافة إلكترونية وطنية وابتعدت عن الإسفاف، ومارست النقد الموضوعي وعملت على تلافي الأخطاء التي وقعت فيها في أثناء التجربة.

الثانية: هي المواقع الإلكترونية التي كان هدفها الانتشار على حساب فكرة الصحافة الإلكترونية فابتعدت عن الموضوعية وكان هدفها نشر الأخبار دون التدقيق في صحتها وهذه بقيت أسيرة ولم تنتشر وبقيت بلا تأثير.

الثالثة: هي المواقع الإلكترونية التي كان لأصحابها أجندات غير مهنية فغابت عنها المهنية والموضوعية ومارست في أحيان كثيرة اغتيال الشخصية وغيرها من الوسائل البعيدة عن المهنية وحتى الأخلاقية وهذه صارت تشكل التهديد الذي تحدث عنه الكثير من السياسيين والإعلاميين بانهم لا يستطيعون انتقاد المواقع الإلكترونية ويخشونها.

تحديات الصحافة الإلكترونية:

على الرغم من النجاح الذي حققته الصحافة الإلكترونية في الأردن فان هناك بعض مواضع الضعف التي تعانيها ومنها: عدم وجود صحافيين مؤهلين لإدارة تحرير الطبعات الإلكترونية، إذ هناك من يمارس العمل الصحفي الإلكتروني، ولم يخضع لدورات تدريبية على هذا النوع من الصحافة، الذي يقتضي وجود صحفيين على درجة عالية من المهارة والكفاءة والتدريب على مهارات متعددة مثل الكتابة بعدة وسائل، وتطوير قدراته في استخدام الكاميرا الرقمية وإدارة الحوارات، وبعضهم ليس له المام بالعمل الصحفي بشكل مهني، إذ إن بعضهم له خبرة تقنية أكثر منها صحفية، مما يضعف مضمون الصحيفة، ويقلل من قرائها.

كما تعاني منافسة شرسة من مصادر الأخبار والمعلومات العربية الدولية والأجنبية التي أصدرت لها مواقع إلكترونية منافسة باللغة العربية، وذلك باختيار الصحفي المدرب المهني، والبنية التحتية التقنية الحديثة. [31]

ويؤخذ على كثير من الصحف الإلكترونية تكرار الخبر ذاته على أنه سبق صحفي لها في حين أنها نقلته عن غيرها، وفي أحيان كثيرة دون إسناد لمصدره، وكأن الخبر أصبح حقا لها، كما أن بعضها يتأخر في تجديد أخباره على مدار الساعة، فقد ترى خبراً مر على نشره أكثر من يوم، وعليها أن تقوم بتحديث أخبارها بشكل دوري سريع ليزيد الإقبال عليها. ومن الناحية التحريرية يعاني بعض الصحف الإلكترونية ضعفاً في صياغة موادها، وكثرة الأخطاء اللغوية والنحوية والإملائية، وأحيانا نلاحظ وجود أخطاء في المعلومات او الأسماء. [32]

كما تعاني الصحافة الإلكترونية صعوبات في الحصول على التمويل، وعدم توافر دخل من الموقع، وضعف عائد السوق، وعدم تعاون القراء، والمؤسسات والشركات بنشر الإعلانات على موقعها، وغياب أو ارتباك الأنظمة والقوانين الناظمة لعمل الصحافة الإلكترونية، والرقابة الحكومية، إذ أرادت الحكومة الأردنية إخضاعها للرقابة في العام 2009، وحدثت احتجاجات على ذلك من الوسط الصحفي بعامة، والإلكتروني بخاصة؛ ما اضطر الحكومة إلى التراجع عن قرارها أو يمكن القول إنها جمدته، ولم تلغه، وأعطي ارتفاع سقف الحرية ومناقشة المواضيع السياسية والاقتصادية دون رقيب زخماً

للمواقع الإلكترونية في الأردن، لكن البعد التجاري والإعلاني والدعم جعل من بعضها ناطقا بلسان أشخاص وجهات معينة.

وتقدم معظم المواقع الإخبارية على الإنترنت خدمتها باللغة العربية فقط، ما يقلل من تأثيرها ومتابعتها من غير الناطقين بالعربية.

وتفتقد بعض الصحف الإلكترونية للمصداقية والموضوعية في تناول المواد الإعلامية والإخبارية لأنها تعتمد وبشكل كبير على عدد من المراسلين والمتعاونين الذين تربطهم بالقائمين على الصحيفة العلاقات والثقة الشخصية، وتفعيل خاصية التفاعل مع القراء التي تعد أهم مميزات خدمات شبكة الإنترنت.

ويلاحظ على بعض صحفيي القطاع الإلكتروني أنهم ليسوا على استعداد لتلقي أي رسائل تحمل آراءً مضادة لما كتبوه، أو تلقي أي رد على ذلك، في الوقت الذي عليه أن يتحمل بصدر رحب التنوع في الأفكار وحرية الرأي والرأي الآخر.

وسائل تطوير الصحافة الإلكترونية:

تحتاج الصحافة الإلكترونية لكي ترفع من سويتها المهنية إلى تفعيل وجودها القانوني سواء في نقابة مستقلة، أو ضمن نقابة الصحفيين الأردنيين، وفتح جداول الانتساب لقيد المحررين بالصحافة الإلكترونية أسوة بالصحافة الورقية، وتوفير غطاء شرعي للمحرر الإلكتروني لتوفير الحماية اللازمة له، وتوفير البيئة القانونية للعاملين في الصحافة الإلكترونية، وتفعيل اتحاد أصحاب المواقع الإلكترونية للتغلب على ما يعانيه هذا القطاع من تحديات .[33]

كما تحتاج الصحافة الإلكترونية إلى وضع ميثاق شرف خاص للصحفيين، وإلزامهم بهذا الميثاق مع الرقابة الذاتية، وتفعيل مواثيقه.

ولابد من دعوة القطاع الخاص للتوسع فى دعم المواقع الإلكترونية الصحفية بالإعلان، وابتكار فرص استثمارات تجارية وكسب بعض المتبرعين المتعاطفين مع توجهات الصحيفة وطبيعة الجمهور المستهدف وسياقاتها الثقافية والاجتماعية، وتنفيذ مشروعات من شأنها توفير أجهزة الكمبيوتر بأقساط ميسرة.

ويجب توخي المعايير المهنية العالمية من أجل صحافة إلكترونية أكثر تأثيراً مثل حداثة الخبر وتحديثه على مدار الساعة وسهولة تعاطي الزائر مع الصحيفة الإلكترونية عبر

شبكة الإنترنت، وإجراء الاستبانات والاستطلاعات التي تفيد في تقويم موقع الصحيفة من حيث مستوى الإقبال ووجود الخدمات الضرورية المتعلقة بالبحث والأرشفة وتنوع النوافذ وما إلى ذلك من المقاييس التي تحكم على مستوى الصحافة الإلكترونية من حيث التراجع أو الثبات أو التقدم على أشكال بيانية أو متواليات عددية أو هندسية.

وعليها أن تولي عناية فائقة بجودة التصميم وتجديده بين الحين والآخر إذا تطلب الأمر، وقوة ورصانة المحتويات الفكرية والعلمية واستخدام المنهجية المتعارف عليها في دنيا الصحافة والاعتماد على القوالب الصحفية المعروفة كالخبر والتحقيق والتحليل ومقال الرأي والاستفادة القصوى من تقنية النص والصوت والصورة في استحداث تغطيات جديدة تواكب الحدث لحظة بلحظة، وتجسيد العلاقة بين المحتوى والاتصال الذي يريده الناس بالاتصال بالآخرين على المستوى المحلي والعالمي.[34]

وعلى الصحف الإلكترونية بناء هيئات تحريرية متكاملة مثقفة ومتعلمة، لتعمل بشكل جماعي والبعد عن الفردية في اتخاذ القرارات حول الأخبار، وعدم بروز رئيس التحرير بمقام الآمر الناهي، وإنشاء شبكة مراسلين كبيرة تنتشر محلياً وخارجياً، وأن تفرغ العاملين فيها بصورة كاملة لإنجاز أعمالهم من أجل صناعة صحافة متميزة تكسبهم الاحترام والتقدير من قبل جمهور المتلقين، وتنأى بهم عن الاتهامات التي تضعهم في خانة الهواة أو الطارئين أو المتطفلين على المهنة، وتحسين أجور الصحفيين.[35]

كما أن عليها الاستفادة الكاملة من فضاء الحرية الذي يمنحه الجو الإلكتروني خصوصا في التعامل مع القضايا السياسية والاجتماعية التي يعد ظهورها على ورق الجرائد العادية من قبيل المحرمات، ومزاوجة هذه الحرية بالمسؤولية التي من شأنها أن تطبع الطروحات الجريئة بخصائص الاتزان والموضوعية وقبول الرأي الآخر وتبتعد بها عن حالات التردي والهبوط إلى الإسفاف والابتذال واحترام حقوق الإفراد في الخصوصية، وعدم الكشف عن المعلومات الحساسة إذا لم تكن هناك مصلحة عامة مشروعة في ذلك.[36]

وعلى الصحف الإلكترونية أن تتحقق من البيانات والمعلومات التي تصلها وتعزيز قدراتها الثقافية والتعليمية، وعدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات، وانتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية، أو ارتكاب الجرائم الإلكترونية باستخدام التقنيات الحديثة.

ومن الأمور المهمة في تطوير الصحافة الإلكترونية في الأردن إجراء تعديلات على القانون الخاص بالنشر والمطبوعات، وتعديل بنود حماية حرية الرأي والتعبير وحرية النشر

والحصول على المعلومات وحرية مناقشة أمور وقضايا حكومية ورسمية وحرية المعارضة، وعدم تنفيذ قوانين النشر الخاصة بالمطبوعات الورقية على الصحافة الإلكترونية، لاختلاف طبيعتهما، وقد حاولت الحكومة التضييق على الصحف والمواقع الإلكترونية في الأعوام السابقة، باتخاذ إجراءات قاسية ضد بعضها وصل حد الإغلاق، ولكن أصحاب الصحف والمواقع دافعوا عن حقوقهم، وتراجعت الحكومة عن قرارها وإن كانت ما زالت الأمور غامضة وغير مستقلة في العلاقة بينهما، إذ هناك ضبابية في التعامل مع الإعلام الإلكتروني، ويحسب للحكومة أنها تسمح بإصدار صحيفة أو موقع إلكتروني دون قيود، ولكن هناك مفاوضات مع أصحاب الصحف والمواقع الإلكترونية، لوضع ميثاق شرف صحفي لتحديد المسموح والممنوع نشره.

كما على الحكومة تحرير الإعلام من الهيمنة الرسمية والمطالبة برفع سقف الحريات وتفعيل قانون حق الحصول على المعلومة، الذي كان الأردن أول دولة عربية قد أقرته، وأوقفت الحبس والتوقيف للصحفيين ومنعت تحويل الإعلاميين إلى محاكم عسكرية، وإنشاء محاكم خاصة للاختراقات والأخطاء الصحافية وعدم محاكمة الصحافيين في محاكم المجرمين.

وعلى العاملين في هذا المجال الإسراع بتفعيل نقابة أصحاب المواقع الإخبارية، وإعادة صياغة لخطابها الإعلامي بشكل شمولي يلبي رغبات الوطن والمواطن على حد سواء، وأن يكون إعلاما غير خائف أو متخبط، ويتسم بالوضوح والصراحة والشفافية، ولتكون النقابة حاضنة للتواصل مع صاحب القرار في الدولة لتكون على إطلاع واضح وتبني المواقف التي تخدم الوطن والمواطنين.

ومن الأمور الفنية التي تساعدها على التطور أن تقدم خدمتها بأكثر من لغة، والاهتمام بصياغة الخبر وشكله وطريقة تحريره من خلال التركيز والاختصار، واستخدام الجمل القصيرة في صياغة الخبر وهما السمة المميزة للخبر على الإنترنت، لأن قارئ الإنترنت دائماً يريد الانتهاء من القراءة بسرعة ولا وقت لديه للجمل الطويلة.

وكذلك الاهتمام بوجود الصورة الموضوعية، وإضافة الصوت وتقديم بث حي للأحداث كالفضائيات إن أمكن، وإجراء دراسات لقياس الرأي العام وتحليله في عدد كبير من القضايا من خلال الاستطلاعات، وتعزيز صحافة المواطن الذي يتميز بالتفاعلية والتواصل الفوري بوسائل وطرق متنوعة تكسر حواجز الصمت ونقل الحس الشعبي تجاه

الأحداث والمواقف والشخصيات والبعد عن اللغة الرسمية والفوقية وطرح المواضيع الحساسة والخطيرة بحرية.(37)

وعلى الصحف الإلكترونية في الأردن أن تعمل لبناء إعلام يشجع التعددية واحترام الرأي والرأي الآخر وذلك من خلال عرض وجهات النظر المختلفة في مناخ من الاستقلالية والحرية المسؤولة، والتعبير عن الوطن بكل فئاته وأطيافه وعكس إرادته وتطلعاته، وممارسة أداء إعلامي يقوم على المهنية والتميز والإبداع والحرية المسؤولة، ودعم استقلالية مؤسسات الإعلام وإداراتها باستقلالية إداراتها وقراراتها.

ولابد أن تهتم في بناء المعرفة وتشكيل الاتجاهات والممارسات، وبناء ثقافة مجتمعية تساعد على تنظيم حياة الناس، والتفاعل المجتمعي بالشأن العام، والدفاع عن حقوق الإنسان، والقيام بالدور الرقابي في إطار من الحرية المسؤولة والمهنية العالية والمصداقية، مع مراعاة أصول المهنة والصدقية، والبحث والتعمق وتعدد المصادر بعيداً عن الشخصنة، واغتيال الشخصية، والعمل على إشاعة الحريات والديموقراطية التي تكفل تطور الإعلام.(38)

ولرفع سوية العاملين في مجال الصحافة الإلكترونية ينبغي عقد ندوات وورش عمل متخصصة؛ لتبادل وجهات النظر، ومناقشة قضايا إعلامية بإشراف ممارسين وأكاديميين ومتخصصين في شتى مجالات الإعلام، والوصول إلى نتائج وحلول ومقترحات مهمة، ووضع أسس وقواعد للعلاقات الإعلامية والمعنية بين العاملين في مجال الإعلام، ودعم مؤسسات البحث والقرار وتحسين فاعليتها، والاستيعاب للتقنيات والأساليب المستخدمة في الاستراتيجيات الإعلامية الحديثة، وفهم طبيعة العلاقة التي تربط بين التخطيط الإعلامي والتخطيط السياسي وغيرهما من عمليات التخطيط، وتدريب الإعلاميين وتأهيلهم كي يصبحوا قادرين على تطوير مسيرة الإعلام، وتحسين ظروف عملهم، وتنظيم ورش تدريب للمحررين العاملين بالصحافة الإلكترونية، وتبادل الخبرات مع صحفيين في هذا المجال في الوطن العربي والعالم.

وعليها أن تقوم بدور وطني لصيانة حرية الرأي الآخر، والالتزام بقواعد الأخلاق والمهنة، والتسامي عن أساليب اغتيال الشخصية، والترفع عن التجريح، والتمسك بالموضوعية والشفافية، ونبذ كل ما من شأنه المساس بالوحدة الوطنية.

وينبغي إنشاء صحف متخصصة في النواحي الحياتية المتعددة الزراعة والتجارة والسياحة وغيرها من الموضوعات التي تجذب شرائح معينة تهتم بذلك الجانب، والتي من الممكن تطويرها لتصبح مواقع عالمية.

رأي الحكومة الأردنية بالصحافة الإلكترونية:

" قالت الحكومة الأردنية إنها لن تعوق عمل الصحافة الإلكترونية ولكنها ستخضعها لأحكام بعض القوانين السارية على الصحافة المكتوبة."

تعتبر الحكومة الأردنية الصحافة بأنواعها ضرورة دون أن تتعدى الحدود المطلوبة. لكنها تمارس في الوقت الحالي بعض الضغوطات على الصحافة الإلكترونية الأمر الذي على أثرها أحدث بلبلة دفع أصحاب العمل الإلكتروني إلى تنفيذ اعتصامات للمطالبة بالحرية المطلقة للصحافة الإلكترونية .

وعندما أعدت آليات لضبط عمل المواقع الإلكترونية أحدث هذا القرار ضجة في الأوساط الصحفية وخاصة الصحف الإلكترونية التي هددت بإجراءات تصعيدية لمواجهة ما وصفته بالتضييق والرقابة الحكومية عليها.

وتخضع الصحف الأردنية لقانون المطبوعات والنشر الذي يفرض شروطا محددة لترخيصها وتخصصها ورؤساء تحريرها والعاملين فيها، كما يحظر نشر أي مواد تشكل إهانة للشعور أو المعتقد الديني أو إثارة النعرات المذهبية أو العنصرية وغيرها، مما قد يعرضها لعقوبات قد تصل إلى إغلاق الصحيفة.

وانتشر في السنوات الأخيرة عدد كبير من المواقع الإخبارية الأردنية دون أن تضطر للحصول على تراخيص أو الخضوع لنفس بنود القانون التي تحكم عمل الصحافة المطبوعة.

وتطرح هذه المواقع ردود فعل وتعليقات ذات سقف أعلى من الصحافة المطبوعة في الأردن، إلا أنها كثيرا ما تتهم بالتشهير دون الخضوع لمساءلة قانونية.

انتصرت حكومة البخيت الأخيرة للصحافة الإلكترونية في أولى القرارات التي اتخذتها، والتي تم حجبها عن الدوائر الحكومية كافة في عهد حكومة الرفاعي، مما أثارت تلك العملية وقتها عاصفة قوية نتيجة هذا القرار على المستوى المحلي والدولي، ويشكل قرار البخيت انتصاراً للحريات الإعلامية.

أعلنت حكومة البخيت أنها تعكف حاليا على مراجعة شاملة ومعمقة لمدونة السلوك، بهدف تنظيم تعامل الحكومة مع وسائل الإعلام مؤكدة على حرية العمل الصحفي في الأردن، وضرورة الحفاظ على استقلالية مهنة الصحافة ودعمها كعنصر أساسي في تنمية، وتطوير المجتمع وإزالة كافة العقبات التي تعيق الاستثمار في مجال الإعلام أو تضع حدودا أمام الكفاءات الصحفية المتميزة في خدمة الصالح العام.

ولقي إعلان حكومة البخيت رفع الحجب عن المواقع الإلكترونية الإخبارية، ترحيب كافة العاملين بتلك المواقع .

وكان اتحاد المواقع الإلكترونية وفي أول ردة فعل على تشكيل البخيت لحكومته، قد طالب بإلغاء مدونة السلوك الإعلامي وإلغاء قرار حجب المواقع الإلكترونية عن الدوائر الحكومية، وهو القرار المثير للجدل الذي اتخذته حكومة الرفاعي تسبب بأزمة كبرى بين الحكومة والإعلام الإلكتروني.[39]

لذلك يجب أن يتبع رفع الحجب عن المواقع الإلكترونية خطوات لضمان تعديل بنود حماية حرية الرأي والتعبير وحرية النشر والحصول على المعلومات وحرية مناقشة أمور وقضايا حكومية، وإلغاء مدونة السلوك الإعلامية، وتوفير جو ديمقراطي؛ لأن الصحفي إذا عاش في جو ديمقراطي فإنه يعمل من خلال الصحافة على تعزيز الديمقراطية في مجتمعه.

الخاتمة:

من المتوقع أن تحتل الصحافة الإلكترونية التي تعتمد على النص والوسائط الفائقة مكانها جنباً إلى جنب مع الصحافة الورقية المطبوعة. ويرى أصحاب هذا الاتجاه أنه إذا كانت شبكة الإنترنت قد أضافت الكثير لحقل النشر عموماً إلا أنها لا تزال مجرد أداة مساعدة للصحافة المطبوعة في سبيل دائرة قرائها على المستوى الدولي، وتطوير الأداء الصحفي وغيرها من الخدمات المتعددة التي يقدّمها الإنترنت للصحف الورقية ومن المستبعد أن تتقرض الصحف المطبوعة أو تتراجع مكانتها أمام الصحافة الإلكترونية ولا يمكن للإنترنت أن يقضي على الصحافة وإنما يمكن أن يؤثر عليها بنسبة ضئيلة حيث لا يمكن القضاء عليها ككيان معلوماتي كبير يتعايش مع الرأي العام ويؤثر فيه بشكل فعّال.

فقد تعرضت الصحافة من قبل للشيء نفسه ولكنها أثبتت أنها موجودة فقد قدمت الإنترنت أملاً جديداً للصحافة التي تعاني من نقص التداول والتي تعد مهددة من قبل الجيل الجديد الذي لا يحبذ قراءة النسخ الصحفية المطبوعة .

تعد الصحافة في مختلف دول العالم من وسائل الإعلام الأكثر أهمية للتحكم في الأوضاع وتوجيهها لخدمة أغراض وأهداف وطنية أو لخدمة السلطة أو الجهة المالكة للصحافة، ومع التطور الهائل في تكنولوجيا وسائل الاتصال، من أقمار صناعية وشبكات عنكبوتية باتت تغطي جهات المعمورة الأربع وتصل إلى أقصى نقطة فيها، متيحة الفرصة

للعاملين في مجال الأخبار لنقل أدق تفاصيل الخبر وآخر تطوراته لحظة بلحظة، والتعليق عليه وتحليله على الهواء مباشرة من موقع الحدث، بالتوازي مع أجهزة الهاتف الجوال التي أضحت ناقلا مهما للأخبار الطارئة التي تأتينا عبر الرسائل القصيرة، تمكنت الصحافة من الازدهار وأصبحت تستأثر باهتمامات مختلف الأوساط، وتمثل مجال استقطاب للعديد من مراكز اتخاذ القرارات ومجموعات المصالح.

وأجابت الدراسة عن سؤالها الأول : هل يوجد في الأردن صحافة إلكترونية، وما نقاط قوتها وضعفها ؟ فالصحافة إلكترونية في الأردن موجودة إذ يزيد عدد المواقع على مئتي موقع متنوع، وذلك لنقاط القوة التالية :التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات والإنترنت التي يعد الأردن من الدول المتقدمة في استعمالها ومنها الحكومة الإلكترونية، وازدياد زوار الموقع الصحفية الإلكترونية، التي تكمل دور الصحافة الورقية والإعلام المرئي والمسموع.

ومن نقاط قوتها الحرية التي تتمتع بها على الرغم من بعض القيود التي تعمل الحكومة مع قطاع الصحافة الإلكتروني للتغلب عليها، والسماح بإصدار صحيفة إلكترونية دون شروط، وقلة التكلفة المادية، وتوافر البنية التحتية التقنية.

أما نقاط ضعفها فأهمها: قلة الإعلانات، وضعف المهنية للكثير من العاملين فيها، وقلة المراسلين، وعدم وجود مقرات لبعضها، وعدم التحديث السريع لمضمونها، وإصدارها باللغة العربية فقط، وضعف الإمكانات المهنية بتوفير أرشيف للصحيفة، وتوفير مواد صوتية، إضافة إلى عدم وجود مظلة قانونية يعمل بموجبها العاملون في قطاع الصحافة الإلكترونية.

وواقع حال تجربة الصحافة الإلكترونية في الأردن يدعو إلى تقييمها باستمرار ومراجعتها؛ لتطويرها وتنقيتها من الشوائب التي علقت فيها وتعزيز حضورها على المستوى الوطني.

وللإجابة عن السؤال الثاني: ما إمكانية تقدم الصحافة الإلكترونية في الأردن ؟ أجابت الدراسة بأن الصحافة الإلكترونية في الأردن على الرغم من التقدم والتطور الذي حققته منذ انطلاقها، وازدياد أعدادها وتنوعها، فإن امكانية تطويرها برفع سوية عملها، وتفعيل وجودها القانوني سواء في نقابة مستقلة، أو ضمن نقابة الصحفيين الأردنيين، أمر ممكن لتوفير غطاء شرعي للمحرر الإلكتروني وتوفير حماية لازمة له .

الاستنتاجات

انتشرت المواقع الإلكترونية الإخبارية في الأردن انتشاراً كبيراً في غياب الرقابة الحكومية واستمرار الصحافة الورقية في التنافس على استحواذ نسبة كبيرة من القراء. تتناول المواقع الإلكترونية مختلف المضامين السياسية والاقتصادية والإعلامية والاجتماعية المحلية والعربية والعالمية..

ومع زيادة أعدادها، تتنافس هذه المواقع على اجتذاب أكبر عدد من المتصفحين والقراء من خلال محاولة تسجيل سبق صحافي أو طرح قضية مثيرة للنقاش، غير أن هذه المواقع تخوض منافسة شديدة مع الصحف اليومية الورقية التي لا تزال المصدرَ الرئيسي للأخبار لمعظم الأردنيين، على الرغم مما يتهدد الصحافة الورقية بسبب الأزمات المالية التي تعاني منها بعض الصحف نتيجة انخفاض دخل الإعلانات وتدني نسبة التوزيع والاشتراكات، إضافة إلى خضوعها للضغوط القانونية والسياسية من أجهزة الدولة. وتوجد في الأردن ثماني صحف يومية هي: "الرأي " "الدستور" "العرب اليوم" "الغد" "الأنباط" "الديار" "السبيل" "جوردان تايمز" الناطقة بالإنجليزية. كما يوجد ما يزيد على ثلاثين صحيفة أسبوعية.

ووفق الخبراء، فإن الأعوام المقبلة ستشهد انتشاراً أكبرَ للمواقع الإخبارية بشكل قد يهدد وجود الصحافة الورقية التي أدركت هذه الحقيقة، فبادرت لإنشاء مواقع إلكترونية خاصة بها.

ومما ساعد على زيادة انتشار هذا النوع من الخدمة الإعلامية قلة تكاليفها مقارنة بتكاليف إصدار الصحف، إضافة إلى عدم وجود قوانين تقيد عملها أو تراقب ما تنشره، حيث تخضع الصحف اليومية والأسبوعية المطبوعة في الأردن لرقابة دائرة المطبوعات والنشر التي تملك صلاحيات واسعة.

التقدم التكنولوجي الذي يشهده قطاع الإعلام في العالم والمنطقة انعكس على الأردن بأشكال مختلفة. وكانت المواقع الإلكترونية الإخبارية أبرزها. إن هذه المواقع باتت تشكل تهديدا حقيقياً للصحف الورقية لعدة أسباب؛ أبرزها سرعة هذه المواقع في نقل الأحداث ساعة وقوعها.. عصرنا عصر السرعة ولا يمكن الانتظار لمعرفة ما جرى لليوم التالي. وتتميز معظم هذه المواقع بالجرأة في طرح المواضيع والقضايا التي لا تتجرأ الصحافة

اليومية الورقية على طرحها لأنها محكومة بقوانين المطبوعات والنشر، كما أن قلة التكاليف المالية المترتبة على إنشاء مثل هذه المواقع تساهم في زيادة أعدادها، فإنشاء صحيفة يومية أو أسبوعية يتطلب ملايين الدنانير بينما إنشاء موقع إلكتروني لا يحتاج سوى بضعة آلاف من الدنانير.

وعلى الرغم من المنافسة التي تخوضها هذه المواقع مع الصحافة الورقية، فإنها تحتاج إلى مزيد من الوقت للانتشار بشكل أكبر لعوامل تتعلق بمدى انتشار خدمة الإنترنت في الأردن ومدى إلمام الناس بمهارات استخدامه.

وتشير أحدث البيانات الصادرة عن هيئة تنظيم قطاع الاتصالات في الأردن إلى أن عدد مشتركي خدمة الإنترنت بلغ مع نهاية العام 2010 الماضي نحو 1,5 مليون مشترك أي ما يعادل ربع سكان البلاد. وتظهر بيانات الهيئة أن انتشار خدمة الإنترنت في البلاد يتم بشكل سريع، حيث ارتفعت نسبة انتشار الخدمة بين السكان بأكثر من 20 نقطة مئوية خلال فترة السنوات السبع الماضية، مقارنة بالنسبة المسجلة نهاية عام 2001 عندما بلغت حوالي 5٪ وبعدد مستخدمين بلغ 238 ألف مستخدم.

واستناداً إلى هذه الإحصاءات، يكون عدد مستخدمي الشبكة العنكبوتية في المملكة قد تضاعف أكثر من 6 مرات خلال السنوات السبع الماضية، فيما تسعى الحكومة للتعاون مع القطاع الخاص إلى زيادة هذه النسبة إلى 50٪ مع نهاية عام 2011.

على المدى المتوسط، فإن الصحافة الورقية لن تصمد أمام التطور التكنولوجي الذي أضاف الكثير للخدمة الإعلامية والإخبارية. وأن نسبة انتشار الإنترنت حالياً كافية لتجعل من المواقع الإلكترونية الإخبارية منافساً رئيساً في سوق الخدمة الإعلامية في الأردن. فقد وصلت خدمة الإنترنت إلى جميع المؤسسات والمدارس ومختلف مرافق الحياة في البلاد. كما كانت الصحيفة الورقية في الماضي رفيقا دائماً لموظفي الدولة.

وحاولت الحكومة الأردنية إخضاع هذه المواقع لرقابتها من خلال إخضاعها لقانون المطبوعات والنشر، فأصدرت الدائرة تعليمات في أيلول العام 2007 تقضي بأن جميع الأحكام التي تسري على الصحف الورقية تسري على المواقع الإلكترونية، إلا أن محكمة الاستئناف ألغت هذه التعليمات في شباط العام 2008 لتعود المواقع الإلكترونية تعمل بحرية بعيداً عن الرقابة الحكومية.

وأثارت بعض القضايا التي طرحتها هذه المواقع إشكالات سياسية لاسيما تلك القضايا المتعلقة بالوحدة الوطنية والهوية الأردنية، الأمر الذي دعا الحكومة لتوجيه

تحذيرات إلى هذه المواقع بالالتزام بالثوابت الوطنية والابتعاد عن كل ما يثير الاحتقان السياسي والاجتماعي الداخلي، فكانت نتيجة ذلك أن أعلنت هذه المواقع التزامها بمسودة سلوك وظيفية تحكم عملها وأداءها بشكل لا يؤثر في مجال الحرية الواسع الذي تتمتع به.

إن المواقع الإلكترونية الإخبارية ساهمت في رفع سقف الحريات الإعلامية في البلاد. كما أنها أتاحت فرصة كبيرة للمواطنين للدخول في حوارات حول مختلف القضايا من خلال المشاركة التفاعلية. ورغم أن هذه المواقع لا تخضع للرقابة الحكومية وتعليمات قانون المطبوعات والنشر، إلا أنها تخضع للمساءلة القانونية أمام القضاء"، حيث أن هناك عشرات القضايا في المحاكم المقامة ضد هذه المواقع.

إن وجود قوانين تنظم عمل هذه المواقع لا يزال أمراً يخضع لكثير من الجدل والخلاف بين الجهات ذات العلاقة. ويتوقع أن تأخذ هذه المواقع حيزاً أكبر في المستقبل ليس في الأردن فقط بل في العالم أجمع مع استمرار التقدم التكنولوجي.

التوصيات

كما يمكن دعوة القطاع الخاص للتوسع فى دعم المواقع الإلكترونية الصحفية بالإعلان، وابتكار فرص استثمارات تجارية، وتوخي المعايير المهنية العالمية مثل حداثة الخبر وتحديثه على مدار الساعة وتسهيل تعاطي الزائر مع الصحيفة الإلكترونية، وإجراء الاستبانات والاستطلاعات التي تفيد في تقييم وتقويم موقع الصحيفة من حيث مستوى الإقبال ووجود الخدمات الضرورية المتعلقة بالبحث والأرشفة وتنوع النوافذ.

ويستدعي الأمر العناية الفائقة بجودة التصميم وتجديده بين الحين والآخر إذا تطلب الأمر، وقوة ورصانة المحتويات الفكرية والعلمية، والاعتماد على القوالب الصحفية المعروفة كالخبر والتحقيق والتحليل ومقال الرأي والاستفادة القصوى من تقنية النص والصوت والصورة واستحداث تغطيات جديدة تواكب الحدث لحظة بلحظة. وبناء هيئات تحريرية كاملة متكاملة قادرة مثقفة متعلمة، وإنشاء شبكة مراسلين كبيرة تنتشر محليا وخارجيا، والتحقق من البيانات والمعلومات التي تصلها وتعزيز قدراتها الثقافية والتعليمية، وعدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات، وانتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية، أو ارتكاب الجرائم الإلكترونية باستخدام التقنيات الحديثة.

وأوصت الدراسة بوضع ميثاق شرف خاص للصحفيين في قطاع الصحافة الإلكترونية، وإلزامهم بهذا الميثاق مع الرقابة الذاتية، وتنظيم ورش تدريب للمحررين العاملين بالصحافة الإلكترونية، وتبادل الخبرات مع صحفيين في هذا المجال في الوطن العربي والعالم.

كما يتطلب تطوير الصحافة الإلكترونية تحرير الإعلام من الهيمنة الرسمية ورفع سقف الحريات وتفعيل قانون حق الحصول على المعلومة. والاهتمام بصياغة الخبر وشكله وطريقة تحريره من خلال التركيز والاختصار، واستخدام الجمل القصيرة، وتعزيز صحافة المواطن التي تتميز بالتفاعلية والتواصل لنقل الحس الشعبي تجاه الأحداث والمواقف والشخصيات .

وكذلك أيضاً تفعيل مواثيق الشرف المهني على الصحافة الإلكترونية، وتشجيع التعددية واحترام الرأي والرأي الآخر، وممارسة أداء إعلامي يقوم على المهنية والتميز والإبداع والحرية المسؤولة، ودعم استقلالية مؤسسات الإعلام وإداراتها باستقلالية إداراتها وقراراتها، وبناء علاقة

مـع القـارئ تقـوم علـى الثقـة وصـدق ودقـة المعلومـة، وجديـة المعالجـة للقضايا ، وأن تستند العنـاوين بشكل كامل على مضمون المواد التي تعلوها.

ويجب أن تتصف مواد الصحيفة بعدم التحيز، وأن تكون خالية من أي نوع من أنواع الرأي أو المحاباة، وهذه القاعدة لا تنطبق على ما يسمى بالمقالات الخاصة المكرسة للدفاع عن موقف أو التي تحمل توقيعاً يتيح لكتابها عرض استنتاجاته وتفسيراته، كما تتصف بالتوازن بألا تنشر تهماً غير رسمية من شأنها أن تؤثر على سمعة شخص ما، دون أن يعطى المتهم فرصة عرض رأيه.

تم التوصل إلى العديد من التوصيات التي يمكن إجمالها بما يلي:

ينبغي على الصحف الأردنية والعربية أن تحذو حذو الصحف الغربية والأمريكية في الفصل ما بين الصحيفة الورقية ونسختها الإلكترونية، من حيث الإدارة والتحرير وطبيعة المحتوى ومصادر الدخل والإنفاق.

ضرورة أن تعمل الصحف الإلكترونية على تجديد محتواها على مدار الساعة وطيلة أيام الأسبوع حتى تبقى محافظة على القها الصحفي، وتجذب المتصفحين لها .

ولما كان الإنترنت يعني الحرية الكاملة في التعبير عن الرأي، بعيداً عن مقص الرقيب وقوانين المطبوعات والنشر، فإن الحكومة مدعوّة إلى الإمتناع عن مراقبة مدخلات الإنترنت ومخرجاته، والصحف الإلكترونية منها حيث عمدت الحكومة الأردنية في الفترة الأخيرة إلى إصدار مرسوم يقضي بمراقبة كل ما يُنشر في الإنترنت لا سيما الصحف الإلكترونية والمواقع والبوابات الإخبارية.

ضرورة أن تعمد الصحف الورقية إلى استغلال الإنترنت والصحف الإلكترونية في الترويج لها، والوصول بها إلى أسواق جديدة، لا سيما وأن العلاقة ما بين الصحف الإلكترونية والورقية هي علاقة تكامل وتنافس.

ضرورة قيام صحف إلكترونية عربية تبث بلغات عالمية حتى يكون لها قدرة كبيرة على إيصال أخبار الأردن والمنطقة كما يراها العرب في ظل فضاء الإنترنت المفتوح.

الهوامش والمراجع

1- بنـدر، إيـاد (2001) ، المـشهد الإعلامـي الفلـسطيني في الإنترنـت ، تـونس، معهـد الصحافة وعلوم الأخبار ص 21.

2- عدلي، عطاف(د.ن)، الأسلوب الإحصائي واستخدامه في بحوث الرأي العام ، القاهرة، دار الفكر العربي ،ص 179.

3- صادق، عباس (2003)، صحافة الإنترنت وقواعد النشر الإلكتروني، أبوظبي، الظفرة للطباعة، ص 49.

4- عبد الهادي، حسني "1999" دراسة بعنوان الصحافة الإلكترونية في دولة الإمارات .

5- الغزاوي، لقاء مكي "2002" دراسة بعنوان الصحافة الإلكترونية وأفاق المستقبل .

6- الشهري، فايز بن عبدالله "2003" دراسـة بعنوان واقع ومستقبل الصحف اليومية على شبكة الانترنت.

7- ماجد سالم تربان"2008" دراسة بعنوان الصحافة الإلكترونية الفلسطينية.

8- مديريـة المعلومـات في دائـره المطبوعـات والنـشر "2011" دراسـة بعنـوان الـصحافة الإلكترونية في الأردن .

9- قطيشات، محمد: مدير وحدة المساعدة القانونية للإعلاميين في مركز حماية وحرية الـصحافيين، دراسـة قانونيـة(2009) بعنـوان "الإعـلام الإلكترونـي يفـتح بابـاً للاسـئلة القانونية الشائكة".

10- نجادات، علـي، دراسة بعنـوان" مستقبل الصحف الورقية الأردنية في مواجهة الصحف الإلكترونية في ظل ثورة المعلومات والمعرفة"، المجلة الأردنيـة للعلـوم الانسانية، المجلد 2، العدد 2 2009 .

11- **سنجر وآخرين** (Singer & Others,1998) دراسـة مسحيّة شملت 466 صحفيا من عدد مـن الصحف الأمريكية (مطبوعة وإلكترونية) وهـدفت إلى التعرف على القضايا المرتبطة بمستقبل وواقع الصحف الأمريكية ومهنة الصحافة.

12- دراسة **شيرمان** وزملائه (Sherman, et al., 2000) هدفت إلى التعرف على الفروق بين الجنسين من طلبة الجامعة نحو مطالعة الصحف عبر الإنترنت وخبراتهم معه.

13- أما "**سـاندرز وموريـسون**"(Sanders, & Morrison, 2001) فقـد درسـا اتجاهـات وسـلوك الطلبـة نحـو تعلـم مـادة "الـصحافة" مـن خـلال الإنترنـت، وباسـتخدام مـا يـسمى Web course tools(WebCT) .

14- صادق ، عباس (2003)، صحافة الإنترنت وقواعد النشر الإلكتروني، مصدر سابق، ص 45.

15- المهداوي، فارس (2007) صحافة الإنترنت.. دراسة تحليلية للصحف الإلكترونية المرتبطة بالفضائيات الاخبارية.. " العربية. نت نموذجا". رسالة ماجستير مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، ص 108.

16- الفيصل، عبد الأمير(2004) الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع ، ص 81.

17- ريتش، كارول (2002) كتابة الأخبار والتقارير الصحفية ، ط1 ، ترجمة عبد الستار جواد ، العين ، دار الكتاب الجامعي ، ص 406.

18- نصر، حسني (2004) ، الخبر الصحفي (التحرير الصحفي في عصر المعلومات) ، ط2 ، العين ، دار الكتاب الجامعي.، ص 314.

19- اللبان، شريف درويش(2001)، تكنولوجيا النشر الصحفي: الاتجاهات الحديثة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر.، ص 155.

20-Carole Rich, Creating Online Media: A Guide to Research, Writing And Design On The Internet. New York: McGraw – Hill, 1998, p. 7

21- النوايسة ، غالب(2003)، مصادر المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات ، ط1، عمان ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، ص70.

22- الزهراني، يحيى ، السعودية، جريدة الاقتصادية / 26 تموز 2010 .

23- العتيبي ، بندر ، الصحافة الإلكترونية هل هي بديل للصحافة المطبوعة أم منافس لها ، الإعلام الرقمي، 2005/12/11 ، www.al-jazirah.com.sa .

24- الجعفري، علي، شبكة النبأ المعلوماتية، 12/حزيران/2010 .

25- (ندوة الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية..صراع أم تكامل، نقابة الصحفيين المصرية 2004).

26-Mark Deuze, Journalism and the Web: an Analysis of Skills, and Standards in an Online Environment, Gazette, Vol. (16), No. (5), 1999, p. p. 378 , 380 –381.

27- الحنتولي، عامر: مخاوف من تأثر المواقع الإخبارية الأردنية بالحجب والتطويع، إيلاف، 2010/9/24.

28- العوران، بسام: الصحافة والابتزاز – آراء وأقلام ، زاد الأردن، 2010/1/18.❖

29- سليمان، زيد منير، 2009 : الصحافة الإلكترونية ،دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن- عمان ، ط 1، ص 17.

30- انظر رزق، منار فتحي :"تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت دراسة مقارنة في التقنيات والقائم بالاتصال والجمهور" ، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 2009ص 102- 106.

31- زعزوع، ليلى: الصحافة الإلكترونية والإعلام الجديد ، http://WWW.al-jazirah.com، 1552002.

32- (ندوة الصحافة الإلكترونية العربية ، 2010، رابطة الكتاب الأردنيين).

33- عبدالقادر حسام، http://www.nashiri.ne ، 2005، موقع ناشري.

34- عبد الحميد ، محمد (2007)، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنيت ، القاهرة عالم الكتب، ص 151- 153.

35-Mark Deuze, Journalism and the Web: an Analysis of Skills, and Standards in an Online Environment, Gazette, Vol. (16), No. (5), 1999, p. p. 378 , 380 –381.

36- صالح ، سليمان(2007)، ثورة الاتصال وحرية الإعلام ، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، ص307.

37- (الجعفري، مصدر سابق، 12/حزيران/2010).

38- أمين، رضا (2007)، الصحافة الإلكترونية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص 11.

39- غازي بني نصر، معروف البخيث ينتصر للمواقع الإلكترونية في الأردن، صحيفة بانوراما عمان، تاريخ النشر: 2011/2/14.

المصادر والمراجع

- أمين ، رضا (2007)، الصحافة الإلكترونية ، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع .
- بندر، اياد (2001) ، المشهد الإعلامي الفلسطيني في الإنترنت ، تونس، معهد الصحافة وعلوم الأخبار.
- ريتش، كارول (2002) كتابة الأخبار والتقارير الصحفية ، ط1 ، ترجمة عبد الستار جواد ، العين ، دار الكتاب الجامعي .
- سليمان، زيد منير، 2009 : الصحافة الإلكترونية ،دار أسامة للنشر والتوزيع،الأردن- عمان ، ط 1.
- صادق ، عباس (2003)، صحافة الإنترنت وقواعد النشر الإلكتروني، ابوظبي، الظفرة للطباعة.
- صالح ، سليمان(2007)، ثورة الاتصال وحرية الإعلام ، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع .
- عبد الحميد ، محمد (2007)، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنيت ، القاهرة عالم الكتب.
- عدلي، عطاف(د.ن)، الأسلوب الإحصائي واستخدامه في بحوث الرأي العام ، القاهرة،دار الفكر العربي .
- الفيصل،عبد الأمير(2004) الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع .
- اللبان،شريف درويش(2001)، تكنولوجيا النشر الصحفي: الاتجاهات الحديثة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر.
- مكاوي ،حسن (د.ن)، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
- نصر، حسني (2004) ، الخبر الصحفي (التحرير الصحفي في عصر المعلومات) ، ط2 ، العين ، دار الكتاب الجامعي.
- النوايسة ، غالب(2003)، مصادر المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات ، ط1، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع .

دراسات وبحوث ورسائل علمية

- عبد الهادي، حسني "1999" دراسة بعنوان الصحافة الإلكترونية في دولة الإمارات .
- الغزاوي، لقاء مكي "2002" دراسة بعنوان الصحافة الإلكترونية وأفاق المستقبل .

- الشهري، فايز بن عبدالله "2003" دراسة بعنوان واقع ومستقبل الصحف اليومية على شبكة الإنترنت.
- ماجد سالم تربان"2008" دراسة بعنوان الصحافة الإلكترونية الفلسطينية.
- مديرية المعلومات في دائره المطبوعات والنشر "2011" دراسة بعنوان الصحافة الإلكترونية في الأردن .
- قطيشات، محمد: مدير وحدة المساعدة القانونية للإعلاميين في مركز حماية وحرية الصحافيين، دراسة قانونية(2009) بعنوان "الإعلام الإلكتروني يفتح باباً للأسئلة القانونية الشائكة".
- نجادات، علي، دراسة بعنوان" مستقبل الصحف الورقية الأردنية في مواجهة الصحف الإلكترونية في ظل ثورة المعلومات والمعرفة"، المجلة الأردنية للعلوم الانسانية، المجلد 2، العدد 2 2009 .
- المهداوي، فارس (2007) صحافة الإنترنت.. دراسة تحليلية للصحف الإلكترونية المرتبطة بالفضائيات الإخبارية.. " العربية. نت نموذجا". رسالة ماجستير مقدمة إلى مجلس كلية الاداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك،ص 108.
- رزق، منار فتحي :"تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت دراسة مقارنة في التقنيات والقائم بالاتصال والجمهور" ، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 2009.
- **سنجر وآخرين** (Singer & Others,1998) دراسة مسحيّة شملت 466 صحفيا من عدد من الصحف الأمريكية (مطبوعة وإلكترونية) وهدفت إلى التعرف على القضايا المرتبطة بمستقبل وواقع الصحف الأمريكية ومهنة الصحافة.
- دراسة **شيرمان** وزملائه (Sherman, et al., 2000) هدفت إلى التعرف على الفروق بين الجنسين من طلبة الجامعة نحو مطالعة الصحف عبر الإنترنت وخبراتهم معه.
- "**ساندرز وموريسون**"(Sanders, & Morrison, 2001) فقد درسا اتجاهات وسلوك الطلبة نحو تعلم مادة "الصحافة" من خلال الإنترنت، وباستخدام ما يسمى (WebCT) Web course tools.

ندوات ومؤتمرات:

1- ندوة الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية..صراع أم تكامل، نقابة الصحفيين المصرية 2004 .

2- ندوة الصحافة الإلكترونية العربية، 2010، رابطة الكتاب الأردنيين.

صحف ومواقع إلكترونية

1- عبدالقادر حسام، http://www.nashiri.ne ، 2005، موقع ناشري.

2- غازي بني نصر، معروف البخيت ينتصر للمواقع الإلكترونية في الأردن، صحيفة بانوراما عمان، تاريخ النشر: 2011/2/14.

3- زعزوع، ليلى: الصحافة الإلكترونية والإعلام الجديد، http://WWW.al-jazirah.com، 1552002.

4- الزهراني، يحيى ، السعودية، جريدة الاقتصادية / 26 تموز 2010 .

5- العوران، بسام: الصحافة والابتزاز – آراء وأقلام ، زاد الأردن، 2010/1/18.

6- الحنتولي، عامر: مخاوف من تأثر المواقع الإخبارية الأردنية بالحجب والتطويع، إيلاف، 2010/9/24.

7- الجعفري، علي، شبكة النبأ المعلوماتية، 12/حزيران/2010

8- العتيبي ، بندر ، الصحافة الإلكترونية هل هي بديل للصحافة المطبوعة أم منافس لها ، الإعلام الرقمي، 2005/12/11 ، www.al-jazirah.com.sa .

مصادر أجنبية:

- Carole Rich, Creating Online Media: A Guide to Research, Writing And Design On The Internet. New York: McGraw – Hill, 1998.
- Mark Deuze, Journalism and the Web: an Analysis of Skills, and Standards in an Online Environment, Gazette, Vol. (16), No. (5), 1999.

الأخلاقيات الإعلامية

في القرن الحادي والعشرين

الأستاذ الدكتور/ عبد الرزاق محمد الدليمي

قسم الصحافة والإعلام –جامعة البترا

كامل كريم عباس

تقديم

تعد مسؤولية الإعلام صحافة مطبوعة كانت أوصحافة الإنترنت، والإذاعة والتلفزيون وغيرها ، من المهام الكبرى في حق الإعلاميين المهنيين العاملين بهذه القطاعات، كما يعد من وجهة نظر البعض مخاطرة في حق البيئة والمجتمع مالم تحكمه وتنظمه قواعد سلوكية وضوابط أخلاقية ومواثيق شرف مهنة جديرة بالاحترام وتتعهد بمزيد من الرقي والتطوير في ظل ماتتطلبه خصوصية المجتمعات التي تعمل فيها من احترام القواعد الثقافية المحلية ،وفي ظل ماتفرضه آليات العولمة من سرعة تفاعل مع ما تتوصل إليه الروابط المهنية والمشرعون في الدول لاسيما الكبرى من مواثيق وقوانين وعهود لا يمكن غض الطرف عنها في زمن أصبح العالم فيه شاشة هاتف جوال آيفون أو بلاك بيري أو سواهما! فقد اتسمت الثورة الاتصالية الأساسية بإنتاج الرموز وأصبحت صناعة الاتصال واستخداماته المعيار الذي يميز عصرنا الحاضر عن ما سبقه (Cassata And Asanta 1979).

لقد كانت عمليات تدوين قواعد السلوك المهني ومعاييره أمرا راسخا ولكنه ليس سهلا في مجال الإعلام الذي أصبح في كرتنا الأرضية كالجهاز العصبي الذي يشد اجزاء الجسم برباط واحد (عبدالرزاق الدليمي 2012،التخطيط الإعلامي) برغم قدم هذا المجال وترافق نموه مع تطور الأمم والشعوب ،حيث عرفت البشرية محاولاتها الاتصالية والإعلامية الأولى منذ القدم،إذ لم تخل المجتمعات الإنسانية الأولى في بلاد الرافدين وبعدها في اماكن اخرى من نحوت ونقوش وألواح وعظام وجلود وأبواق من أجل ترتيب عملية التواصل والإعلام فيما بينها ،غير أن تدوين قواعد الاحتراف المهني والأخلاقي لقطاع الإعلام، تطلب مراحل زمنية وجهود مضنية ابتداء من تطور المجال من الاتصال الإعلامي التلقائي إلى الاتصال الإعلامي المنظم والحرفي المؤثر بقوة في دوائر الرأي العام ،والذي أخذ شكل مهنة منظمة لها معاهدها وجامعاتها ومراكز تدريبها المتخصصة، وفضاءات عملها التي لا يمكن تركها مفتوحة على الدخلاء والمتطفلين دون ضبط قواعد الممارسة بأخلاقيات وتشريعات كثيرا ما اصطلح عليها المختصون بقواعد ومعايير السلوك المهني في العمل الإعلامي وبحثنا هذا محاولة للوقوف على بعض من مفردات تمس أخلاقيات الإعلام المعاصر.

إشكالية البحث:

تدور مشكلة البحث في مدى وعي والتزام الإعلاميين بأخلاقيات المهنة من الحفاظ على خصوصية الأفراد وأسرارهم والعمل بحيادية ومهنية ومراعاة المسؤولية الاجتماعية للإعلام ودوره في خدمة المجتمع. كما وتكمن مشكلة البحث أيضا في أن وسائل الإعلام أو الإعلاميين كثيرا ما يضحون بالجانب الأخلاقي عند ممارسة العمل الإعلامي، وهذا ما يجعله يتصادم مع حق المجتمع والفرد في الحفاظ على بنائه وقيمه وتقاليده، وحماية سمعتهم من القذف والتشهير، والحفاظ على أسرار حياتهم الخاصة

أهمية البحث:

تتمثل أهمية هذا البحث في تسليطه الضوء على جانب مهم من أحد الموضوعات الشائكة التي تتعلق بأخلاقيات الإعلام المعاصر في عالم متغير شكلا ومضمونا بقيمه وأخلاقه وتوجهاته وتصادم كل ذلك مع توجهات الأمم والشعوب وإراداتها في وقت تضيق فيهم الآفاق أمام أغلب الإعلاميين في الوطن العربي والعالم الثالث وحقهم في الوصول إلى المعلومات ومصادرها.ناهيك عن إشكالية وعي والتزام عدد لا يستهان به من الإعلاميين بأخلاقيات مهنتهم.

أهداف البحث:

يتركز هذا البحث في تبيان أهمية أخلاقيات الإعلام في أي زمان ومكان وتحت أية ظروف و إن مسألة أخلاقيات العمل الإعلامي ليست مسؤولية الإعلامي حسب بل ومسؤولية مجتمعية كبرى يتحمل أوزارها الإعلامي والمجتمع الذي يعمل فيه .كذلك يهدف البحث إلى تسليط الضوء على كيفية التعاطي مع الأخلاق الإعلامية في بعض المؤسسات الأكاديمية.

منهجية البحث:

أملت طبيعة هذا البحث استخدام المنهج الوصفي.

الدراسات السابقة:

لم يسعف الباحثين العثور على عدد كبير من الدراسات التي تعنى بصلب هذا الموضوع بشكل مباشر وكل ما تم العثور عليه هو:

أولا: التقرير السنوي لمركز حماية وحرية الصحفيين والذي صدر في يناير 2010وتضمن تقرير الحريات الإعلامية أربعة أبواب هي الملخص التنفيذي للتقرير واستطلاع راي الصحفيين وشمل 505 صحفيين وصحفية، بالإضافة إلى باب الشكاوى والانتهاكات ولأول مرة يسلط الاستطلاع الضوء على واقع الإعلام الإلكتروني الذي بدا يتسع دوره في الأردن، إذ إن 90٪ من الإعلاميين يقرون بأن المواقع الإخبارية الإلكترونية أتاحت للناس مساحة حرة لإبداء تعليقاتهم، وفي الوقت ذاته طالب 73٪ منهم أن تخضع هذه التعليقات لرقابة إدارة تلك المواقع. وكشف التقرير تباين وجهات النظر حول ما جاء في التقرير.

وتناول التقرير في باب الدراسات والبحوث ثلاث دراسات تم اختيارها لتجيب عن الأسئلة الساخنة التي يعيشها المشهد الإعلامي، الأولى جاءت بعنوان "الوهم والحقيقة: التابوهات والخطوط الحمراء في الإعلام الأردني"، **والثانية** بعنوان "الفوضى الخلاقة .. شبكات التفاعل الاجتماعي وتأثيرها على دور وحرية الإعلام"، **واما الثالثة** فكانت للحالة التشريعية وجاءت بعنوان "الإعلام الإلكتروني يفتح الباب للأسئلة القانونية الشائكة".

واحتوى تقرير حالة الحريات الإعلامية في الأردن في بابه الرابع على ثلاث دراسات متخصصة في الإعلام تقترب من قضايا إشكالية مختلف حولها في المشهد الإعلامي الأردني.

الدراسة الأولى التي اعدها الزميلان محمد ابورمان ووليد حسني وجاءت بعنوان "الوهم والحقيقة: التابوهات والخطوط الحمراء في الإعلام الأردني" لم تنظر في اطياف الخطوط الحمراء في الحالة المحلية فقط، بل أعطت للقارئ معلومات مهمّة عن مناطق تلك الأطياف وتبدلاتها وتأثيراتها من العالمية إلى المحلية.

وتكشف هذه الدراسة عن الخارطة الأكثر وضوحا للخطوط الحمراء والتابوهات المتعددة في الصحافة الأردنية، التي أجمع العديد من الزملاء الصحفيين الذين تحدثوا لهذه الدراسة على أن هذه الخطوط والتابوهات تنقسم إلى قسمين: أولها خطوط ثابتة لا تغيير عليها وتم النص عليها في مجموع التشريعات والقوانين ذات المساس المباشر بالعمل الصحفي والإعلامي بهدف تحصينها، والقسم الثاني خطوط وتابوهات متحركة لم يرد فيها نص قانوني أو تشريعي مما يجعل منها عامل إرباك وعدم وضوح أمام الصحفيين في تعاملهم اليومي مع قصصهم وأخبارهم.

وخصصت الدراسة فصلا تحليليا للشهادات التي استمعت اليها، إذ رأت أن شهادات الصحفيين في هذا الجانب بالذات هي أهم ما يمكن أن تتضمنه هذه الدراسة التأسيسية، ولهذا لجأت إلى الاستماع لشهادات 14 صحفيا توزعوا بين الكتاب الصحفيين ورؤساء تحرير الصحف اليومية والأسبوعية، ورؤساء تحرير في المواقع الإلكترونية، ورسامي الكاريكاتير، ومراسلي صحف تصدر في الخارج.

وتأتي الدراسة لما تشكله الخطوط الحمراء وهواجسها عند الصحفيين في أصقاع مختلفة من العالم حالة ضغط مستمرة على الحريات الإعلامية، وتفتح الباب واسعاً لتنافس ظاهرة الرقابة الذاتية.

ووفقاً للدراسة فإن قصة الخطوط الحمراء تتشعب كثيرا، وتتدرج عادة في إطار المصالح الآنية للدولة والحكومات، وفي معظم الأحيان إن لم يكن كلها فإن مشكلة تعامل الصحفيين مع الخطوط الحمراء تبدأ وتنتهي مع الخطوط التي اجمع البعض على تسميتها بـ"الخطوط الوهمية" أو"الخطوط الرمادية".

وتشير الدراسة إلى وجود عدد من العوامل التي تفرض نفسها وتفرض خطوطها الحمراء على الصحفي والإعلامي منها العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وحتى الأخلاقية، إلى جانب مصالح صاحب المؤسسة الإعلامية، وصولا إلى مصالح المعلن، إلى جانب القوانين والتشريعات المتعددة والمتداخلة مما يعطي خارطة الخطوط الحمراء امتدادات واسعة تؤثر سلبا على الحريات الإعلامية.

وتشير إلى ما تسميه "المنطقة الرمادية" الواقعة بين منطقة الخطوط الحمراء" والخطوط الخضراء"المسموح والممنوع"، وفي هذه المنطقة الرمادية تظهر التدخلات الخارجية "المظلات الأمنية".

وحاولت الدراسة الثانية وهي بعنوان "الفوضى الخلاقة .. شبكات التفاعل الاجتماعي وتأثيرها على دور حرية الإعلام" معرفة ورصد تأثيرات مواقع التفاعل الاجتماعي على حرية الإعلام ودوره مسألة شائكة ليس لندرة الدراسات في هذا المجال، بل لأن التطورات التي يشهدها هذا العالم الكوني الافتراضي متسارعة بحيث تضاف ملايين المعلومات كل لحظة.

وتقول "الشيء المؤكد أن مواقع التفاعل الاجتماعي أحدثت انقلاباً واستقطبت اهتمام ليس الملايين بل مليارات من البشر، واستطاع موقع FACEBOOK أن يقصي موقع GOOGLE عن الصدارة في عالم الإنترنت".

وسعت الدراسة التي أنجزها الباحث سامح المحاريق إلى تسجيل لحظة مهمة في مسيرة حريات التعبير والحريات الشخصية في العالم العربي وفي الأردن بخاصة وذلك في إطار التطورات التقنية التي أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي كإضافة إلى وسائط التعبير المتاحة، وتناقش أيضا بعضا من التوجهات الحديثة في الدراسات الإعلامية التي تركز على واقع أخذت فيه المواقع الإلكترونية المختلفة مكانتها المتقدمة في حياة البشر على اختلاف انتماءاتهم وثقافاتهم، كما تطلعت الدراسة إلى توثيق مجموعة من المحطات المهمة في التعاطي مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي خاصة face book وtwitter والمواقع المساندة لها وظيفيا مثل you tube في تطوير المشهد الإعلامي وخاصة فيما يتعلق بإعلام المواطن وتشكيل الحراك الاجتماعي والسياسي من خلال الشبكة العنكبوتية.

وخلصت إلى مجموعة من الخطوط العريضة بخصوص تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على دور وحرية الإعلام، ومن أهم هذه النتائج:

- تجاوز مواقع الشبكات الاجتماعية لدورها التواصلي والترفيهي لتصبح أداة فاعلة في التفاعل والتغيير.
- نجاح هذه المواقع في أن تصبح أحد المصادر المغذية للإعلام التقليدي بصفتها مصدرا متواصلا للتغذية الراجعة من المتابعين.
- الإعلام الإلكتروني في الأردن قيد النضج وبحاجة إلى أطر تثري تجربته وتفعل دوره.
- يمكن التعويل ضمن شروط مهنية صارمة على مواقع الشبكات الاجتماعية كمصادر إخبارية وإعلامية.
- تقدم الحريات الاجتماعية لا يرتبط بالضرورة بتطور الحرية الإعلامية، وإن يكن عاملا مساندا لتقدمها في إطار عملية متكاملة.

وركزت الدراسة الثالثة التي أعدها المحامي محمد قطيشات مدير وحدة المساعدة القانونية للإعلاميين "ميلاد" التابعة لمركز حماية وحرية الصحفيين على الإشكاليات القانونية الناشئة عن تزايد الإعلام الإلكتروني.

ونبهت الدراسة التي جاءت بعنوان "الإعلام الإلكتروني يفتح الباب للأسئلة القانونية الشائكة!" إلى ان تخبطاً قانونياً ساد عام 2009 في التعامل القانوني مع المواقع

الإخبارية الإلكترونية، مشيراً إلاّ أن قرار محكمة التمييز الذي اعتبر أن قانون المطبوعات ينطبق على الإعلام الإلكتروني وأثار جدلاً واسعاً ليس ملزماً للقضاة للأخذ به، مؤكداً أن الصحافة الإلكترونية لا تخضع لتطبيقات هذا القانون.

وتوقفت عند مشروع قانون أنظمة المعلومات والذي تسعى الحكومة لإقراره والقيود التي يضعها على حرية الإعلام الإلكتروني. واستعرضت باستفاضة قرار محكمة التمييز وتداعياته على الإعلام الإلكتروني مؤكدة ان هذا القرار ليس ملزماً للمحاكم للأخذ به، وتوصلت بعد بحث إلى أن الإعلام الإلكتروني غير خاضع لقانون المطبوعات والنشر. وأكدت أن القواعد القانونية المتوفرة في قانون العقوبات كفيلة بالتطبيق والتعامل مع الإعلام الإلكتروني.

ثانيا: بحث عن أخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف الإعلامي قدمته د. حنان يوسف جامعة عين شمس وكان يركز على الهموم الصحفية تحيط بنا ولطالما شكلت لنا كإعلاميين وصحفيين أرقا كبيرا، أكثر هذه الهموم والمنغصات تتمثل في مدى تمسك الصحفي في مجتمعاتنا العربية بأخلاقيات مهنته السامية وحمله لهموم الأمة العربية ومجتمعه العربي، ومدى تحكيم ضميره الإنساني ورقابته الذاتية في مهنية عمله الصحفي.

ثالثا: أورت د حنان بعض الدراسات مثل دراسة هيس وأندرسون ففي دراسة قام بها دانيال هيس (1966) للتعرف على ماهية المسؤولية الاجتماعية ووضع مقياس لأبعاد المسئوولية الاجتماعية وأجرت الدراسة مسحا على عينة قوامها 279 مفردة منهم 85 صحفياً بصحيفة ولاية نيويورك و194 مفردة من سكان مقاطعة سيراكيوز بنفس ولاية نيويورك وتم ترتيب تفضيلات المبحوثين نحو أبعاد المقياس الذي تضمنه صحيفة الاستبيان مستعيناً بطريقة تحليل المصفوفات.

- واثبتت نتائج الدراسة اتفاق المبحوثون نحو المقاييس التي تحقق المسؤولية الاجتماعية في الصحيفة هي الارتباط بالسلطة ودعمها، والمحافظة على التقاليد، والفائدة التي تعود على القارىء، وملاحقة الأحداث وتغطيتها، والتسلية، وتلبية رغبات الجمهور القراء، والالتزام الأخلاقي، والحياد والدقة.
- وعلى نفس المنوال سار أندرسون (1977) حيث قام بترتيب ستة أبعاد لنظرية المسؤولية الاجتماعية من خلال تحويل المقولات النظرية لكتاب المسؤولية الاجتماعية ومنظريها

إلى عبارات يضمها مقياسان تجميعيان هما (A.B) أعطيا تقويمان بطريقة ليكرت بحيث يشمل كل مقياس من A و25) B) عبارة وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها 620 مفرده من رؤساء تحرير نشرات الأخبار التليفزيونية التجارية الأمريكية و 617 محرراً على مستوى صحف الولايات المتحدة الأمريكية بحيث يشمل كل مقياس من المقياسين على نصف العينة معتمداً على أسلوب التحليل العاملي.

- وأثبتت نتائج الدراسة أن استجابات المبحوثين على قياس البحث قد رتبت أبعاد ومفهوم المسؤولية الاجتماعية حسب اهتمامهم كالتالي:

1- الحرفية (التأهيل المهني والخبرة العملية).
2- النقد الذاتي والخارجي.
3- التفاعل بين الصحفي والجمهور.
4- الحرية والمسؤولية.
5- خدمة المجتمع.
6- مساندة الحكومة في قراراتها.

رابعا: دراسة مرسل الكسيبي بعنوان بحث منهجي حول أخلاقيات العمل الإعلامي ألقى فيه الضوء على أحد محاور العمل الإعلامي،وتوجيه رسالة إلى كل العاملين بالقطاع بأن الحد الفاصل بين الهواية والاقتحام والتطفل والمهنية ليس مجرد قدرات تقنية أو تعبيرية أو كلامية أو مالية يمكن امتلاكها من قبل جمهور يتجاوز حدود رجال الصحافة والإذاعة والتلفزيون ، بل ان معالم هذا الحد تقف بالدرجة الأولى عند مدى استيعاب الممارسين لرسالة الإعلام ووظائفها لأخلاقيات التعامل الإعلامي مع الجمهور بالدرجة الأولى على اعتباره الرصيد المعنوي الذي يستهدفه الفاعلون في القطاع ،ثم مع زملاء المهنة الشرفاء، الذين لابد ان تحترم مقاماتهم قبل أن تحرص أقلام وتقنيات متمردة على استهدافهم كمنافس وجب تحطيمه أو تشويهه أو الإساءة اليه في ظل خضوع الكثير من المنابر الإعلامية لأجندات حزبية وسياسية ،قطرية وإقليمية ودولية ومالية خفية قد تغيب عن القارئ البسيط ولكنها لا تخفى إطلاقا على المتمرسين في الحقل والمباشرين له بصفة الخبراء والمجربين

خامسا: دراسة د.حسانة رشيد عن المفاهيم المختلفة للأخلاقيات والتشريعات الإعلامية لاسيما بين الإعلام الغربي والعربي وترجم البحث سعد صالح وتوصلت الباحثة إلى أن التشريعات الإعلامية في العالم العربي بحاجة إلى مراجعة شاملة وتطوير مستمر بما يتلاءم مع التطور والتقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصالات وما أدى إليه من تطور في حجم الوسائل الإعلامية المعاصرة الموجودة في العالم العربي بجميع أنماطها وأنظمتها. من هنا برزت الحاجة في العالم إلى ما نسميه الأخلاق الإعلامية

المبحث الاول

مدخل إلى أخلاقيات الإعلام المعاصر

ينظر كثير من المثقفين أو الصفوة في مختلف المجتمعات أن ثمة مسؤولية كبرى لوسائل الإعلام عما أصاب المعايير الثقافية والفكرية والأخلاقية على السواء من تدهور وانحطاط.(**عبدالرزاق الدليمي 2012، الإعلام والتنمية**)

لم تخل مهنة على مدار التاريخ المعاصر من قواعد أخلاقية وسلوكية تنظم عمل الفاعلين والمنخرطين فيها (HALL Edward T. 1992)،وهذا ما لاحظناه بالمتهنين للقضاء أو المحاماة أو الطب أو الصيدلة أو التعليم والإعلام ، وكلما ازداد الاهتمام بتطوير المهنة وتحقيق رسالتها الإنسانية ازداد الحرص على تطوير القواعد التي تنظمهم،واجتماع المنتمين على ضبط مواثيق شرف أخلاقية تحفظ حقوق أصحاب المهنة وتضمن للمتعاملين معها حقوقهم التي لاينبغي التعدي عليها. كما يشير إلى ذلك مرسل الكسيبي، ضمن إطار يقدس خصوصية حياتهم وسرية جانب منها ،ويأخذ بعين الاعتبار مقتضيات أخرى تحددها آداب اللياقة في التعامل مع ظواهر الاجتماع البشري وتعد مهنة الإعلام من أكثر المسؤوليات حاجة إلى قواعد السلوك الأخلاقي المهني ،حيث يتعلق الأمر في موضوعات الإعلام التي أصبحت اليوم من أكثر المجالات حساسية في التأثير على الرأي العام وتوجيهه بمايخدم مصلحة المجتمع أو بما ينعكس سلبا على وحدة واستقرار الأمم وربما حتى نموها السياسي والاقتصادي والحضاري .

ومن جانب آخر لخص أجي وأولت وأميرى القانون الأخلاقي للإعلام في عدد من النقاط التي تتداخل مع بعضها :

1. المعايير المهنية والممارسات الأخلاقية للأفراد بالإضافة إلى حراس البوابة ، الذين يحددون ماذا نقرأ ونسمع ونرى.
2. الوسيلة الإعلامية ومواثيقها الداخلية.
3. معايير المهنة التي تضعها الهيئات الصحفية.
4. الفلسفات الإعلامية الأساسية وقوانين الحكومات في النظريات المختلفة.

5. الحدود التي يسمح بها الناس لكل معايير النشاط الإنساني والتي لا تتخطاها الهيئات والأفراد.

6. القيم المهنية وتشمل معايير جمع الأخبار: كاحترام الخصوصية، تجنب خداع المصادر، صراع المصالح، ومعايير كتابة الأخبار (الدقة – الموضوعية – التوازن – الشمول).

تعريف الأخلاقيات:

تعددت وجهات النظر حول تحديد مفهوم الأخلاقيات بشكل عام ونشير هنا إلى بعض التعريفات: (سليمان صالح، 2006)

هوسمان Hausman : فرع من الفلسفة يتناول المسائل المتعلقة بالصواب والخطأ، والخير والشر .

كوهين و إليوت Cohen and Elliot : ما يجب أن يفعله الإنسان.

كابلر ومانيز Capler and Maines : فرع من الفلسفة يهتم بعملية صنع القرارات من الناحية الأخلاقية .

كارول رتيش Carol Rich: دراسة الاختيارات المعنوية (ماذا يجب أن تفعل وماذا يجب أن لا تفعل).

نظريات الأخلاق

توصل العلماء والمختصون إلى عدد من نظريات الأخلاق يورد صالح أبرزها:

(1) النظرية التليولوجية (نظرية النتائج) Teleological Theory

(2) نظرية الواجبات الأدبية Deontological Theory

(3) نظرية الدافع Emortivism

(4) نظرية الموقف Situationalism

(5) نظرية الوجودية Existentionalism

(6) نظرية النسبية الأخلاقية :

(7) نظرية التطور المعنوي أو التنمية المعنوية Moral Development Theories

(8) نظرية " كوهلبرج "

(9) نظرية جيليجان Gilligan

(10) النظرية الوظيفية أو نظرية الخدمة العامة

(11) النظرية الاقتصادية أو نظرية الأحتكار

(12) نظرية التحكم الاجتماعي الداخلي

أخلاقيات الإعلام

إن أخلاقيات الإعلام تعني منظومة من المبادئ والمعايير لترشيد سلوك الإعلاميين خلال عملهم بتغطية الأحداث وتوجيههم لاتخاذ القرارات التي تتناسب مع الوظيفة العامة للمؤسسات الإعلامية ودورها في المجتمع ، وضمان الوفاء بحقوق الجمهور في المعرفة وإدارة المناقشة الحرة ، مع التقليل إلى أقصى حد من الأضرار التي يمكن أن تلحق بالجمهور أو الأفراد أو المصادر ، وضمان حرية كرامة المهنة ونزاهة الصحفيين.

مفهوم الأخلاق الإعلامية

إن تطور الإعلام بمختلف وسائله حسب (حسانة رشيد: 2010)، أصبح أداة التحرر الأولى بينما ما زالت أنظمة تسعى إلى ما تسميه المراقبة أو التنظيم، مع العلم بأن الثورة الإعلامية هي ثورة ديمقراطية. ويعني تنظيم الإعلام حماية الحريات وتحسين نوعية الأداء وضبط التجاوزات وإفساح المجال في التعبير، وليس الحد من التنافس والمساواة وقوننة الحرية،أما الحكم المؤهل للتنظيم فهو الذي يتمتع بدرجة عالية من الشرعية والتواصل مع المجتمع.كما تشمل الثقافة الإعلامية في مطلع القرن الواحد والعشرين تنمية الخلقية الإعلامية خاصة في مجتمع متعدد الأديان، وتنمية الحس النقدي من خلال التربية الإعلامية لدى المواطنين الذين يعانون من أمية إعلامية وهم عاجزون غالبا عن فك رموز الرسائل الإعلامية التي يتلقونها بكثافة.

إن الحد من حريات التعبير لايسهم في الاستقرار الداخلي لأن من مصادر العنف في المجتمعات العربية القضايا المكبوتة التي لا يُعبّر عنها والتي تتراكم مع الزمن وتنفجر عُنفا بأشكال تبدو مُفاجئة. لذلك فإن تنمية الإعلام هي شرط ملازم لتنمية الممارسة الإعلامية والارتقاء، ومع ذلك يلاحظ أن الرقابة تتخذ أشكالا متجددة ولا يشذ عن هذه القاعدة حتى تلك المجتمعات التي تزعم أنها بلغت الذروة في إتاحتها لحريات التعبير (الدليمي 2012 مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد).

بمستواها العلمي والقيمي في خدمة الحاجات الوطنية والإنمائية للمجتمع.ولذا فإن التشريعات الإعلامية في العالم العربي بحاجة إلى مراجعة شاملة وتطوير مستمر بما يتلاءم مع التطور والتقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصالات وما أدى إليه من تطور في حجم الوسائل الإعلامية المعاصرة الموجودة في العالم العربي بجميع أنماطها وأنظمتها. من هنا برزت الحاجة في العالم إلى ما نسميه الأخلاق الإعلامية .

تعريف الأخلاقيات الإعلامية

وتعرف وفقا لحسانة رشيد بأنها معايير الأصول الأخلاقية المهنية التي يعتمدها الإعلاميون ووسائل الإعلام أثناء التعامل مع قضايا المجتمع. أما الأفرقاء المعنيون بتنفيذ الأخلاقيات فهم صانعو الرسالة الإعلامية، المؤسسات الإعلامية، المعلنون والمؤسسات الإعلانية، أي فريق يقوم بأي عمل ذي صفة إعلامية أو إعلانية .او هي حسب صالح منظومة من المبادئ والمعايير لترشيد سلوك الإعلاميين خلال عملهم بتغطية الأحداث وتوجيههم لاتخاذ القرارات التي تتناسب مع الوظيفة العامة للمؤسسات الإعلامية ودورها في المجتمع ، وضمان الوفاء بحقوق الجمهور في المعرفة وإدارة المناقشة الحرة ، مع التقليل إلى أقصى حد من الأضرار التي يمكن أن تلحق بالجمهور أو الأفراد أو المصادر ، وضمان حرية كرامة المهنة ونزاهة الإعلاميين .

الأخلاقيات والإعلام

ينظر معظم الإعلاميين إلى الأخلاقيات على أنها مبادئ فلسفية معقدة يصعب تطبيقها ، و تتناقض مع ظروف العمل الإعلامي ومتطلباته ، وتحد من حريتهم في الحركة والتغطية الإعلامية، و هناك تناقض بين نظرة الإعلاميين إلى الأخلاقيات ،وحاجتهم اليها لتبرير أعمالهم للجمهور، فهم يحتاجونها لمواجهة مشكلات ناجمة عن تطور وسائل الإعلام، إلا أنها لم تدخل بعد إلى عقول الإعلاميين وضمائرهم لتشكيل قراراتهم وأساليب عملهم .ومن هنا تبرز أهمية (فك الارتباط) بين الأخلاقيات والفلسفة بشكل عام، و (فك الارتباط) بين أخلاقيات الإعلام والفلسفة بشكل خاص ،إن فك الارتباط يوفر الأرضية لتطوير علم أخلاقيات الإعلام كعلم مستقل ، يمكن أن يؤدي إلى حل الكثير من المشكلات الناتجة عن غموض المفاهيم الفلسفية و تعقيدها ...

ان المبادئ الأخلاقية وفق (النموذج الإنجلو – الأمريكي) التي اتفق عليها ليست صالحة لكل المجتمعات وفي ذلك تستوجب الضرورة من بإنشاء علم (سوسيولوجيا أخلاقيات الإعلام) بعيدا عن علم الاجتماع ،ولكي يتطور علم أخلاقيات الإعلام فإنه لابد من السعي للتحرر من المفاهيم التي فرضتها الحضارة الغربية، و لا بد أن تتم دراسة علم أخلاقيات الإعلام من آفاق ثقافية مختلفة، فنحن نعيش في عالم متعدد الثقافات (CONDON John C. & SAITO Mitsuko. 1976). والثورة الإعلامية فيه حسبما يرى مارشال ماكلوهان ثورة الوعي والتكامل الانساني الكلي.

بعض القواعد الأخلاقية في الممارسة الإعلامية

إن التطور التقني الهائل وفقا لحسانة رشيد لابد من أن يلقي بضلاله لاستخلاص قواعد خلقية سلوكية في الممارسة الإعلامية، وفي علاقات الإعلام مع المواطنين وعلاقة المواطنين بالإعلام من أجل تحقيق أهداف رئيسية أبرزها (*).

- حماية الاستقرار الداخلي .
- التنمية بأشكالها المختلفة .
- السلام الاجتماعي .
- حق المواطن في المعرفة بالمفهوم الحديث .
- تعزيز حرية التعبير والإعلام والوصول إلى مصادر المعلومات الأساسية بحرية، بهدف تعزيز الاستقرار والسلم الأهلي .
- عدم استخدام المنابر الإعلامية كوسائل للترويج أو للتشهير السياسي .
- حث الإعلاميين على مراقبة أدائهم بأنفسهم بعيدا عن الرقابة ودفعهم إلى الالتزام بمسؤولياتهم المهنية .
- توفير الشروط المناسبة التي تضمن للإعلاميين المزيد من الحرية والحصانة في ممارستهم المهنية .
- تنقية الممارسة الإعلامية من ثقافة العنف والتفتيت والتمييز .
- تعميم قواعد سلوكية في إدارة حق الاختلاف، وتعميم أخلاقيات الحوار والتفاعل بين مكونات الحياة العامة الوطنية على قاعدة الاحترام المتبادل .
- تحقيق واجب احترام الشخصية الإنسانية في سلوك الإعلاميين المهني في الصحافة المقروءة أو في الوسائل المرئية المسموعة .

- يتركز الاهتمام أحيانا على أولويات الضوابط الإعلامية في الموضوعات السياسية، وهو ما يفرض نفسه عادة في زمن الأزمات كما هي الحال في العراق ولبنان، لكن التجربة الحية تطرح العديد من الإشكاليات والمواضيع على نطاق أوسع بما يتطلب نقاشا مهنيا يستهدف إيجاد المعايير المناسبة لخصوصيات كل بلد.
- على ضوء التجارب هناك مسؤوليات مشتركة تتحمّلها الجهات المالكة لوسائل الإعلام من جهة وتلك التي يتحمّلها الصحافيون العاملون في هذه الوسائل.
- على سبيل المثال: مقدمات نشرات الأخبار ومانشيتات الصحف (المسافة بين الخبر والرأي- الترويج والتشهير والتعبئة).
- على سبيل المثال: مقدمات نشرات الأخبار ومانشيتات الصحف، ضرورة التمييز بين الخيار والرأي، الابتعاد عن الترويج والتشهير والتعبئة .
- احترام مبدأ الظهور المتكافئ لمختلف التيارات السياسية .
- المبادئ السلوكية في برامج الحوار السياسية والاجتماعية .
- ضرورة حجب بعض المواقف بهدف حماية المجتمع من مخاطر التحريض على الانقسام وتهديد سلامة البلد .
- ما هي المسافة القانونية والأخلاقية بين واجب الدفاع عن الوطن وحق إبداء الرأي في زمن الحرب .
- التغطية الحية ومشاهد العنف وكرامة الشخصية الإنسانية وتأثيرها على الرأي العام.

التشريعات الدولية والأخلاق الإعلامية

- الإعلان العالمي لحقوق الإنسان عام 1948، ولاسيما المادة 19 منه: "الحق لكل شخص في حرية الرأي والتعبير" .
- الإعلان الصادر عن اليونسكو عام 1948 ومن أبرز بنوده:
- ضمان حصول الجمهور على المعلومات عن طريق وسائل الإعلام .
- تمتع الصحفيين بحرية الإعلام وتوفير أكبر التسهيلات لهم .
- إشراك الجمهور في صنع الإعلام .
- العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية الذي أقرته الجمعية عام 1966 والذي يدين في مادته 20: التحريض على الحرب والمناداة بالكراهية الوطنية أو العنصرية أو الدينية وجميع أشكال التمييز أوالعداوة أو العنف.

المواثيق الدولية والأخلاقيات الإعلامية

صحيح أن جميع المواثيق الدولية نصت على التعبير بحرية، ولكن لا يعني ذلك أن تكون الحرية التي يمارسها الصحافي بعيدة عن الحقيقة ولا ترتكز على وقائع وإثباتات حية، وليس الحقيقة كما يراها الصحافي ولا رأيا شخصيا؟. إن الثقافة الحقوقية هي ضرورة إعلامية مهنية وهي المحرك الأساسي لممارسة العمل الصحفي بمهنية عالية وبحرية. خصوصا أن المناقشات السياسية يجب أن تستند إلى مرجعيات حقوقية لأنها تؤدي إلى تفادي نقاشات عديمة الجدوى.

إن المطلوب من العمل الإعلامي اعتماده على البعد الإنساني، اي الاهتمام بقضايا الناس ونوعية حياتهم وتأثير السياسات العامة على أوضاعهم ومعيشتهم وحقوقهم وليس مجرد الإثارة والتشويق.

قسمت (د حسانة رشيد: 2010) المواثيق الدولية والأخلاقيات الإعلامية إلى:

أولا- أبرز الوثائق الدولية:

- إعلانWindhoek المتعلق بوسائل الإعلام في أفريقيا 1991تبناه المؤتمر العام لليونسكو.
- إعلان Santiago عام 1994 وتبناه المؤتمر العام لليونسكو ينص على ما يلي: تكثيف برامج التعليم والإعداد، التي تتوجه إلى المهنيين بهدف رفع مستوى الكفاءة، كذلك عدم كشف مصادر المعلومات .
- إعلان الجمعية الدولية للصحفيين .
- إعلان Munich عام 1971 ويتضمّن محورين: واجب الصحافي تجاه جمهوره، وأداء الصحافي من أجل أداء مهني جيد وفعال .
- الميثاق الكندي للحقوق والحريات 1982.
- دليل أخلاق المهنة Quebec .

ثانيا- المؤتمرات الدولية والأخلاقيات الإعلامية

- المؤتمر العالمي لحقوق الإنسان في فيينا عام 1993 يشير إلى أهمية المعلومة الموضوعية، المسؤولة والحيادية، ويدعو وسائل الإعلام إلى مشاركة فعّالة شرط أن يتوفر لهذه الوسائل الحرية والحماية المطلوبة في إطار التشريع الوطني.
- مؤتمر Sofia للعام 1997 أبرز ماورد في فقرته 12: إن المعلومات غير الحزبية والواقعية واحترام المهنية هي أساس العمل الإعلامي خصوصا في التحقيقات المتعلقة بأماكن النزاع .

• مؤتمر Toronto للعام 1995 يُطالب الحكومات بوضع إطار قانوني يضمن الحق في الوصول وتلقي ونشر المعلومات للرجال والنساء كافة، ولا يحق لأحد التدخل في تحديد أخلاقيات الصحافيين، لأنه من مسؤولية الصحافيين وحدهم .

ثالثا- المواثيق العربية والأخلاقيات الإعلامية (**)

• مؤتمر خبراء الإعلام في العالم العربي في صنعاء عام 1996: إن الأداء الصحفي الجيد هو الضمانة الأكثر فاعلية للحد من الضغوطات الحكومية والضغوطات التي تمارسها مجموعات ذات منافع خاصة .

• الميثاق العربي لحقوق الإنسان: يضمن الحق في التعبير بحرية وكذلك استقاء الأنباء والأفكار وتلقيها ونقلها بأية وسيلة ودون اعتبار للحدود الجغرافية .

• ينص قانون الصحافة في المغرب سنة 2002 على ضرورة أن تمارس حرية الصحافة في إطار أخلاقيات المهنة . وآخر تطور حصل في هذا المجال في الاتفاقية الجماعية للصحافيين المهنيين التي نصت على: أن عدم احترام الصحافي لأخلاقيات المهنة، تعد بمثابة أخطاء جسيمة.

• وفي الأردن شكلت الرسالة الملكية التي وجهها جلالة الملك عبدالله الثاني بن الحسين لدولة رئيس الوزراء علي أبو الراغب في 2 كانون الأول 2002 حول المجلس الأعلى للإعلام الرؤية الملكية لحرية الصحافة في الأردن. (***).

• لا تقتصر مهمات الإعلام الحر على عرض المشكلة فحسب، بل السعي أيضا إلى شرح الحقوق وسبل ممارستها وعرض اقتراحات المعالجة وإمكانات الحلول، إلى جانب البحث والمعاينة الحسية ومقابلة المسؤول أو الضحية (ليس المطلوب تحويل الإعلامي إلى محقق قانوني.(وهذا ما يغيب عن معظم البرامج الإعلامية والكتابات الصحفية).

• ليس المطلوب من الإعلاميين درس القوانين وإنما التقصي عن الحقوق ونشرها. المطلوب أن يكون حقوقيا – بمقدار ما يكون إعلاميا.

• المطلوب من المشاهد أو القارئ أو المستمع التعرف إلى حقوقه أولا ، قبل أن يعارض أو يؤيد رأيا سياسيا.

المبحث الثاني

أخلاق الإعلام المعاصرة

يسود بين الأوساط الإعلامية في دول عديدة سياق مفاده أن كل ما يعتبره الناس والحكومات غير قانوني يقررون فورا أنه غير أخلاقي وسترتفع الأصوات عالية مطالبة بأخلاقيات الإعلام (عبدالرزاق الدليمي 2011،قضايا إعلامية معاصرة) ومع ذلك فهناك مفردات تمس أخلاقيات المهنة الإعلامية، لاسيما تعامل الإعلاميين مع مصادر المعلومة ، ومع جمهور وسائل الإعلام (مرسل الكسيبي 2008) وتحدد د.ليلى عبد المجيد مجموعة من المعايير الأساسية :

- الإعلام مسألة مقدسة ينبغي أن يكون دقيقا غير محرف أو مخادع أو مكبوت.
- ضرورة الفصل بين المعلومات أو وظيفة الأخبار والتعليق أو وظيفة التعليق وابداء الرأي.
- أن يخدم النقد والتعليق المصلحة العامة، لا أن يكون هدفه مجرد الافتراء أو تشويه السمعة.
- تتضمن كل المواثيق فقرة تتصل بالحفاظ على سر المهنة.

إن هذه المعايير قد يتم تعويمها في كثير من الأحيان حسبما ترى د عبدالمجيد ضمن صياغات لفظية تتصف بالغموض والإبهام لتذكر جملة من المبادئ والمعايير العامة التي كثيرا ماترددت من قبل رجالات المهنة والمثقفين والجمهور المستهدف بالعمل الإعلامي، حيث إن استخدام ألفاظ الموضوعية والحياد والصدق وحرية الإعلام قد يكون بلا شك حمالا لدلالات وأفهام شتى تخضع لفلسفات وثقافات وتشريعات ومنظومات فكرية وسياسية وقانونية مختلفة وإذا كان عموم الناس لا يختلفون في قيمة معيار الصدق في العمل الإعلامي ،إلا أن حدود هذا الصدق وضوابطه والكشف عن مصادره ،من الأمور الخلافية من حيث الإفهام والتقديرات بحسب المرجعية الثقافية والأيديولوجية والظرف السياسي والبيئة المحيطة برجل الإعلام ،ويكفي أن نمر على تجربة أحد طلاب الإعلام باحدى الجامعات الأمريكية وهو يروي قصة سؤال طرحه أحد أساتذة الإعلام على طلابه

حول مشروعية الكذب في العمل الإعلامي(مرسل الكسيبي 2008) ،ليكون الجواب والتعليق على لسان الطالب - كما يلي:

- عندما طرح موضوع «الكذب» للنقاش وهو سلوك يتعارض مع أهم أخلاقيات الإعلام، لم يخطر ببال أحد منا أن يتردد في الجزم بأن الكذب مرفوض قلبا وقالبا في مهنة الإعلام إلا عندما طرحت علينا الأسئلة التالية هل ينبغي على الطبيب أن يكذب على المريض الذي يحتضر من أجل أن يهدئ روعه ويبعد عنه الخوف والرعب أم أن يقول له حقيقة مرضه بغض النظر عما يجلبه له قول الحقيقة من اضطراب أو خوف، وهل بإمكان الأستاذ الأكاديمي أن يبالغ قليلا في رسائل التوصية التي يكتبها في حق طلبته لإعطائهم فرصة أفضل لإيجاد الوظيفة مستقبلا؟ وهل من حق الأبوين اللذين قاما بتبني طفل في يوم ما أن يكتما عنه هذه الحقيقة عندما يكبر مراعاة لمشاعره ، أم أن الأفضل قول الحقيقة له؟ ثم جاءنا السؤال المباشر هل يحق للصحافي أن يكذب فيما يخص المصادر التي يستقي منها معلوماته من أجل الكشف عن فساد ما أو خطأ يلحق ضررا بالآخرين ؟
- لم تكن هناك إجابة محددة مطلوبة ولم يكن الهدف هو معرفة من الأفضل في الإجابة بل كانت النقطة المراد استيعابها منا كصحافيين وإعلاميين هو أن هناك مواقف تتطلب قرارات صعبة، مواقف - انتهى كلام الطالب كما ورد في الوثيقة المعتمدة وحينئذ فإن بعض المعايير أو الكثير منها لابد أن يضبط بمدونة سلوك إعلامي،أو ميثاق شرف مهني يحدد في أي إطار بيئي تتنزل هذه المعايير والى أي حد يمكن التعاطي تسامحا أو حزما صارما مع موضوعاتها ،غير أن الأمر كما هو معلوم لدى خبراء القطاع يبقى مفتوحا على نسبية ومقاييس شخصية ومؤسسية ومجتمعية وسياسية توسع أو تضيق في مجال تطبيق وتنزيل العمل بها ومن المسلم به أن ضبط معايير ما لممارسة تطبيقية أو مهنة معينة لايمكن أن يكون من قبل الأمور العبثية ،ولذلك فإنه من الضروري الوقوف ولو بصفة عرضية حول الأهداف التي كمنت وراء وضع معايير السلوك المهني في العمل الإعلامي.

أخلاقيات تعامل الإعلامي مع جمهور وسائل الإعلام

لمعرفة مدى حساسية هذا الموضوع ،وللوقوف على أهمية وجود ضوابط أخلاقية في تعامل الإعلامي مع جمهوره ، نشير إلى نموذج أشار إليه الكسيبي وهو عبارة عن حدث إعلامي أثار جدلا سياسيا وفكريا وإعلاميا في الساحة العالمية، حيث كان لعرض صور ابني الرئيس الراحل صدام حسين على الشاشة بعد مقتلهما صدى سجاليا غير مسبوق في أوساط النخب الإعلامية ،وفيما يلي نترك مركز الإعلاميات العربيات ينقل صورة هذا الجدل لتبين مدى خلافية بعض المعايير والقواعد حين تنزيل مبدأ أخلاقيات تعامل الإعلامي مع جمهور وسائل الإعلام. ثار جدل أخلاقي كبير حينما أصدر الجيش الأمير كي في الرابع والعشرين من تموز قرارا بنشر صور لجثتي عدي وقصي ابني الرئيس العراقي السابق صدام حسين ليثبت للعراقيين أنهما قتلا وقام ضباط في بغداد بنشر الصورتين في مشرحة تظهر رأس عدي والنصف الأعلى من جسده ،وصورتين أخريين لقصي مع صور للأخوين كانا على قيد الحياة للمقارنة.

ويشار إلى أن التقاليد داخل الجيش الأميركي كما تشير الصحف الأمير كية تقضي بعدم نشر صور القتلى لكن نشر هذه الصور قد يكون عملا صعبا بالنسبة لإدارة احتجت عندما بثت تلفزيونات عربية مشاهد لجنود أميركيين قتلوا خلال غزوها العراق في آذار وقال مسؤول في وزارة الدفاع الأمير كية إن المعايير تتفاوت من منطقة إلى أخرى بشأن ما يمكن عرضه في أجهزة الإعلام.وتراوحت ردود الفعل الصحافية العالمية حول نشر الصور المذكورة من ناحية الأخلاقيات الصحفية، وقال خبراء أميركيون إن نشر الصور له ما يبرره وتمشى مع تقليد قديم يرجع إلى أيام الإسكندر الأكبر واتفق مع هذا الرأي خبراء في الإعلام ،وقالوا إن عرض صور الزعماء بعد مقتلهم تقليد يرجع إلى وقت الإسكندر الأكبر منذ وفاته قبل الميلاد وأشار بول ولفينسون الأستاذ بكلية الصحافة في جامعة فورد إم "من سمع ليس كمن رأى فحين توفي الإسكندر الأكبر في سن صغيرة وضعوا جثمانه في العسل وعرضوه في نعش زجاجي وحافظوا عليه لأطول مدة ممكنة حتى يتمكن الناس من إلقاء النظرة الأخيرة عليه .لكن افتتاحية صحيفة فرانكفورتر روندشاو الألمانية المستقلة انتقدت نشر صور عدي وقصي وقالت الصحيفة "نتحدث هنا عن الكرامة الإنسانية بصرف النظر عن الجرائم التي اتهم عدي وقصي بارتكابها ،حيث إن عرض

الصور يمثل انتهاكا للمبادئ الأساسية للعالم المتحضر وبناء على ما تقدم من جدل دائر حول موضوع عرض صور القتلى من ضحايا الحروب والمعارك القتالية ،فإنه يستشف بأن أخلاقيات تعامل الإعلامي مع جمهور وسائل الإعلام ،تظل رهينة المدارس الفكرية والسياسية التي ينتمي إليها العاملون في القطاع ،غير أن هذا لا ينفي ضرورة احترام المشاعر البشرية والإنسانية وتحمل أقدار من المسؤولية الأخلاقية حين القيام بمهمة إطلاع الرأي العام على ما يدور حواليه من مستجدات إيجابية أو مخاطر وتحديات حقيقية.

المبحث الثالث

عناصر التعليم لأخلاق وسائل الإعلام

تثير عملية اختيار حالات الأخلاق المثيرة للتحدي، وأفكار الأبحاث الأخلاقية والانتقادات الأخلاقية لوسائل الإعلام جدلا واسعا لاسيما في الولايات المتحدة الأمريكية. وتحديدا كيفية جعل الأخلاق تنجح مقابل اتخاذ القرارات في غرفة الأخبار، والدور المحتمل لقوانين الأخلاق، والحاجة للربط البناء للصفوف المحلية مع صفوف الأخلاقية والتحدي الفكري للعلاقة بين الأخلاق والمهارة المهنية.

يلخص إيدموند لامبيث عناصر تعليم الأخلاق الإعلامية ابتداء من حالة التحليل التسامحي كأفضل طريقة لشحذ مهارات الفرد التبريرية. ومع ذلك، فقد حذر القارئ بأن لا يتوقع أن يقوم أي برنامج بأكثر من تقديم مشاركيه إلى الأخلاق المطبقة في الحقيقة، يقول إنه استغرق سنوات في التبرير، خلال العملي لتحقيق المهارة المهنية في شيء مثل أخلاقيات الإعلام. يتحدى (Lambeth et.al) القارئ لتحقيق مركزية الحرية وتطبيق الدالة ضمن دراسة أخلاق الإعلام سواء عرفوا أم لا، أولئك الذين يدرسون، ويدرسون أو يمارسون الأخلاق الإعلامية هم مشاركون فعالون في حركة الأخلاق التطبيقية التي انتشرت عبر المهن الرئيسية بالولايات المتحدة خلال الثلث الأخير من القرن الماضي.

بين 1983 و 1993 ازداد عدد برامج أخلاق الإعلام بنسبة 86٪ . شارك حوالي 400 صحفي، وأساتذة وسائل الإعلام في الورشة الوطنية حول تدريس الأخلاق بالصحافة، التي احتفلت بالجلسة العشرين عام 2003 وبالمثل، وجد المهنيون في الحقول الأخرى، أن لديهم عوامل مشتركة كثيرة للمشاركة باهتماماتهم. وعليه جمعية الأخلاق العملية والمهنية، التي تعزز الأخلاق في المهن تتراوح بين محاسبة الصحافة إلى القانون والطب التي احتفلت بالذكرى العاشرة لتأسيسها عام 2001.

تلقى الأخلاق التطبيقية بالصحافة اهتماما مكثفا من قبل الأكاديميين والمهنة بالنسبة لنوعية ومصداقية الحكم على وسائل الإعلام والأداء. وحديثا، ارتبطت حركة تركيز أخلاقيات الإعلام بتدخل الصحافة والحياة العامة الديمقراطية. وهناك عدة طرق مختلفة لكنها ذات علاقة يعمل بها يفكر بها المهنيون، ويتصرفون كما لو كانوا يقومون

بـذلك في بداية القـرن الجديـد. مـع هـذا الإطـار متعـدد الأبعـاد بالـذهن، فـإن الـصحفيين، ولممارسيه والمربية والطلاب ربمـا يـرون أنفسهم في نطاق أغنـى قـد يـرون كـذلك أن عملهم لـيس تخصـصا ضـيقا، لكـن كمهنـة، يـتم تدريـسها بعـدد مـن المفـاهيم المرتبطـة بأنظمـة الفنون الحرة (Claude-Jean Bertrand 2000).

اكتساب المقدرة على التبرير الأخلاقي

ليس مفاجئا ان أساتذة الصحافة ووسائل الإعلام والاتصالات يولون أخلاق الإعلام أهمية بالغة. هذا لا يتضمن فقط الاستخدام، لكن أيضا التطور والتحليل، هذا التحليل بدوره يتجنب الإرسال الثنائي للإجابة الصحيحة للأستاذ. هذا التركيز على التفكير الحرج في اتخاذ القرارات الأخلاقية واضح سواء في أصول التدريس أو القيادة لحركة الأخلاق الإعلامية.

وضع القضايا الأخلاقية في النطاق الصحيح بطبيعتها أخلاق الإعلام التطبيقية تتطلب احترام البراغماتيات والتحديات الموجودة في ممارسات الصحافة. هذا واضح حتى في الكتب التي تحمل الإصلاحات القوية للصحافة المعاصرة. لأن قضايا الأخلاق هذه تخضع بشكل مستمر للنزاع، يحتاج المختصون شرح أجزائهم ويبررون قراراتهم الأخلاقية علنا.

إن المستوى الجزئي للأخلاق الإعلامية مثلا يركز على من يمكن اعتبارهم على صواب في النزاع الأخلاقي(Philip Patterson and Lee Wilkins1994). والمستوى المتوسط قد يسأل هل التقارير العادلة كافية عندما تفشل بإعلام الحقيقة. أما على المستوى الكلي، تقوم التقييمات على ما إذا كانت المستويات الكلية تصنع بسلسلة خاصة من المقالات التي تحقق معايير لجنة Hutchins للصحافة الحرة والمسؤولة. هذا الانتقال من الخاص إلى العام قد يكون هدف برنامج أخلاقيات الإعلام.

التطور الأخلاقي

ما من أحد أحمق بما يكفي للتفكير أن استكمال وحتى أخلاقيات الإعلام المتميزة يمكن أن تصنع أي شخص وتجعله محترفا ومثالا للأخلاق بالإعلام، لذلك من العدل طرح سؤال "ما الذي يكون نمو الأخلاق"؟ كيف ندرك التطور الأخلاقي إن رأيناه؟

لقد تم تحديد ستة مراحل للنمو الأخلاقي هي:

المرحلة الأولى: توجه كامل للانصياع للسلطة

المرحلة الثانية: تميز مصالح الفرد عن معالم خيرية

المرحلة الثالثة: ما يزال الوعي قويا لكنه عادة يوجه بمثاليات وضع النفس مكان الآخرين.

المرحلة الرابعة: ظهور الضمير لدى المجتمع وليس لدى الفرد فقط

المرحلة الخامسة: الشعور بالفرق بين المواقف القانونية والمبدئية في الأمور الأخلاقية.

والقيم الموجهة التي يفترض أن تتبعها المؤسسات الضريبية هي المساواة، العدالة والحرية.

هذه المبادئ الأخلاقية جزء من العقد الاجتماعي السائد. وفي مهن مثل الصحافة لا بد أن يكون هنالك التزام بحيث أن الأفراد أنفسهم ينخرطون بالعقد الاجتماعي الأكبر.

المرحلة السادسة: يصبح الالتزام قويا ويعتبر الأفراد أنفسهم متمسكين بالحقوق والقيم العامة. إن أعلى هذه المبادئ، هو مبدأ العدالة.

نظرية Kohlberg للتطور الأخلاقي.

عكس العصيان المدني الذي قام به مارتن لوثر كنج والمهاتما غاندي الهندي اعلى مرحلة لنظرية Kohlberg للتطور الأخلاقي.وهناك انتقاد لنظرية Kohlberg كونها لا تنتج عمليا عملا أخلاقيا كونه يتطلب مرحلة عالية من التبرير الأخلاقي. لا يستطيع المرء أن يتبع مبادئ الأخلاق كما في (المرحلة 5 و 6)، إن لم يفهم أو يؤمن بها.

ويمكن تحديد ثلاثة مراحل للأخلاق:

المرحلة الأولى: يركز الفرد على نفسه للمعيشة اليومية وحماية ذاته ضد الإيذاء الجسدي.

المرحلة الثانية: ينتقل الفرد للمرحلة الثانية بحيث يحتاج مساعدة الآخرين وبرزت أهمية ان يكون الفرد صالحا بأعين الآخرين.

المرحلة الثالثة: يصل المرء للأخلاق بعدم العنف وأنه يجب عدم إيذاء أي شخص والعنف الشديد مدمر للجميع. والأهم من ذلك أن رؤيتها بنيت على أخلاقيات الاهتمام التي يجب ممارستها من كلا الجنسين مع ان النظريات المقدمة من Kohlberg و Gilligan لم تتنبأ بالضرورة بالسلوك، إلا أنهما يصفان طرق التبرير الأخلاقي الذي يمكن أن يساعد المعلمين بالصحافة لكي يصمموا تعليما خطيا.

إنه إنجاز كبير تعلم المهتمين كيف يفكروا بعناية في أاي مشكلة أخلاقية على مستوى أخلاقي عالٍ. إنها أيضا مرحلة نحو نضوج أسباب اختيار الفرد لتصرف معين

ومناقشة قرار الفرد مع الزملاء. وهكذا قد تساعد أفكار المذكورين المعلمين لكي يكونوا أكثر حكمة لدى الاستماع ومساعدة الطلاب للصراع مع القضايا الأخلاقية.

في العالم الحقيقي عندما يفشل الإعلاميون بالتكيف مع السلوك الأخلاقي(Lambeth et.al) يعود ذلك لسبب أو لعدة أسباب على المستوى الشخصي، هنالك موضوع الشخصية الذي قد يفي بالتهديد نقص أحد الفضائل مثل الأمانة الشجاعة أو تكون إحساساً بالعدالة . وقد يعود ذلك إلى عدم احترام الآخرين بسبب التأثر بالبيئة الاقتصادية والسياسية. لقد اشتكى بعض المعلمين من صفوف تدريس الأخلاق الإعلامية التي تركز على حوادث معينة لهفوات الأخلاقية بالصحافة التي تتطلب قرارات من الإدارة العليا للمؤسسات الإعلامية.

الاحترافية والحرفية

مركز أخلاقيات الإعلام المعاصرة الأكاديمية تدين بوضوح الصحفيين أنفسهم الذين هل هي مهنتهم أم مهمّتهم؟ تحقق حالة المهنة. إن التداول المتزايد وتأثير صحافة القرن التاسع عشر كان بحد ذاته تعبيراً عن المجتمع الصناعي الذي يتطلب حرفا جديدة لخدمة المجتمع. وقد أوضح عالم الاجتماع Wilbert Moore العناصر الحالية للاحترافية:

- الدوام الكامل
- المعرفة المتخصصة
- التوجه لخدمة الجمهور
- ممارسات أخلاقية
- الانتماء العميق من قبل الممارسين
- المؤسسة الرسمية لاتخاذ القرار حول من يدخل ومن يجب ان يخرج من الحرمة وباقي معايير Walter Williams، مؤسس اول مدرسة صحفية مستقلة عام 1908 ومؤلف "العقيدة الصحفية" كتب عن المهنة على أنها تقوم على ثقة الجمهور. نمت المدرسة لتصبح مؤسسة معروفة على مستوى أنحاء العالم بنوعية أعمالها بإعداد طلابها لمهنة الصحافة. ومنهم معظم الصحفيين المعروفين عالميا والذين ألهموا بأول تعديل للولايات المتحدة على أنها ضمان دستوري لحرية الصحافة.

النقد الأخلاقي لوسائل الإعلام

تشير الباحثة ماريون توتلي في كتابها نقد الصحافة الأمريكية 1880- 1950 بتحليلها التاريخي والمتراكم جعل انتقاد أداء وسائل الأخبار واضحا لكل من ثقافة شمال

امريكا الأكاديمية وضروريا لصحة ديموقراطيتها، وهنالك دليل على أن العديد من أساتذة وطلاب الصحافة، وأخلاقيات الاتصالات الإعلامية يفشلوا باستشارة أحد أهم مساهمات نقد وسائل الإعلام: مراجعة الصحافة الحديثة.اما ديانا بـهينرجوس الكاتبة المالية في صحيفة نيويورك تايمز راجعت عمليات الصعود والانخفاض لحوالي 20 سنة، تتناول الـ CJR تدريس أخلاقيات الصحافة مباشرة (كولومبيا جورنا ليزم رفيو)، حيث تنشر بانتظام نشرة ممتازة يكتبها Glria Cooper، تحدد تجاوزات الحكم على الأخبار السيئة، ونقص العدالة، واعطاء القارئ معلومات أكثر من الواقع، بالاضافة إلى ملخصات للصحافة والتقارير التي تتناول الأمن على الطرق، والتحرش الجنسي بالأطفال والتجارب الكيماوية للجيش.

هنالك أشياء مهمة وممتعة يمكن للصحفي التعامل من خلالها لتغيير وسائل الإعلام، وتقديم تغذية راجعة هامة وحكم الجمهور على أداء وسائل الإعلام والمساهمة بأخلاقيات الصحافة، فإن منتقدي وسائل الإعلام بالواقع يقدمون مصدرا متطورا من الحالات الأخلاقية لأساتذة الصحافة.(**HARMAN Robert C. & BRIGGS Nancy E. 1991.**) ومعروف أن تعليم الأخلاق بالجامعات الأمريكية في القرن 19 كان أخذ صبغة حجر الزاوية بالمحاضرات التي يقدمها رئيس المؤسسة أحيانا. أما الأخبار الجيدة في مطلع القرن 21، فقد شهدت وفرة متزايدة للفنون والصفوف المهنية، بالجامعات، وتحديدا في البرامج الأخلاقية التي تعزز مهارات التفكير الحساس للفنون الإعلامية الحرة.

مبادئ أخلاقية واجبة الالتزام

معروف ان الإعلامي يؤدي خدمة عامة، وهو يمارس حريته ملتزما في الدفاع عنها وعن الحريات العامة بمسؤولية كاملة وفقا لما أشارت إليه د.حسانه رشيد .

وتحقيقا لهذا الهدف على الإعلامي أن يلتزم المبادئ والواجبات التالية:

- احترام الحقيقة مهما كانت نتائجها على الصحافي، لأنه من حق الجمهور معرفتها.
- احترام حياة الأفراد الخاصة.
- الاحتفاظ بسرية المهنة وعدم الكشف عن المصادر .
- عدم المزج بين مهنة الصحافة والدعاية والإعلان .
- رفض كل أنواع الضغوطات السياسية والمادية .
- احترام تعدد الآراء .

• يمتنع عن الخلط بين العمل الصحفي والإشهاري .

• احترام حقوق الإنسان والعمل على إرساء الديمقراطية، وإبرازها في الرسالة الإعلامية.

من حيث الحقوق:

• الوصول إلى مصادر المعلومات والبحث والتفتيش بحرية عن كل الحقائق التي تتعلق بالحياة العامة .

• يحق للصحافي رفض أي نوع من الهيمنة التي تتعارض مع الخط العام للمؤسسة .

• ليس الصحافي مجبرا أن يقوم بأي عمل مهني يتعارض مع ضميره .

• يحق للصحافي الاستفادة من عقد فردي يكون بمثابة ضمانة مادية تضمن له الاستقلال الاقتصادي .

من حيث الأمانة والصدقية:

• تتطلب الأمانة والصدقية أن يكون الصحافي مستقلا، مسؤولا، ملتزما، حياديا ودقيقا في البحث عن الحقيقة.

• أن يفصل بين الرأي والخبر أثناء كتابته أو نقله لحدث معين .

• وظيفة الإعلامي في الصحافة المكتوبة بشكل خاص الحث على القراءة والعمل على ذلك دون اختزال التجدد بالتجميل. بمعنى أن لا يكون الشكل على حساب النوعية.

• اعتماد التشويق مبدأ أساسياً في العمل الصحفي، شرط أن لايستخدم كتقنية في تسطيح الأمور أو زخرفة للحدث، وإنما التعمق في ما يتضمنه الحدث والتعبير عنه بلغة بسيطة لا تقلل من مستوى المضمون.

• في كتابة التقارير، عدم الاختزال على حساب المضمون، عدم فصل الوضع عن وضعيته .

وفي الختام يمكننا القول إن الاحتكارات أيا كان مصدرها ستؤثر على أخلاقيات الإعلام وأنظمته على اختلاف أنواعها ذلك لأنه لايوجد حتى الآن معايير أخلاقية ثابتة لدخول عالم الإعلام وغالبا ما يدرك كثير من العاملين في حقول الإعلام هذه الحقيقة لاسيما وأن حدة الصراع والتنافس ستبرز بشكل أكثر وضوحا بين ما يسمى بالإعلام التجاري والإعلام الحر بسبب التنوع الهائل للقنوات. وسيشمل ذلك من يعتبرون أنفسهم محسوبين على نظام المعلومات الجديد.

المصادر والمراجع

1- د عبدالرزاق الدليمي 2012، التخطيط الإعلامي ،دار المسيرةللنشر والتوزيع والطباعة، عمان الأردن

2-Cassata And Asanta ، Mass COmmunication: Principles and Practices ،New WOrk:Macmillan Puplishing،1979

3- سليمان صالح 2006 أخلاقيات الإعلام مكتبة الفلاح ،الإمارات العربية المتحدة.

4- د. حنان يوسف2007 ، أخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف الإعلامي ،مؤتمر الإعلاميات السادس عمان – الأردن من 25- 25- 2007/6/29

5- حسانة رشيد: 2010 الأخلاق الإعلامية ،ترجمه: سعد صالح، مجلة الحوار المتمدن - العدد: 2904 - 2010 / 2 / 1

6- د عبدالرزاق الدليمي 2012، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد ،دار المسيرةللنشر والتوزيع والطباعة، عمان الأردن

7- مرسل الكسيبي: 2008بحث منهجي حول أخلاقيات العمل الإعلامي، مجلة الوسط التونسية

8-CONDON John C. & SAITO Mitsuko (eds.) (1976). *Communication acrossCultures for What? A Symposium on Humane Responsibility in Intercultural Communication.* Tokyo: Simul Press.

9- د عبدالرزاق الدليمي 2012، الإعلام والتنمية، دار المسيرةللنشر والتوزيع والطباعة، عمان الأردن

10-HALL Edward T. (1992). *An Anthropology of Everyday Life.* New York

11- (*)HARMAN Robert C. & BRIGGS Nancy E. (1991). "SIETAR Survey: PerceivedContributions of the Social Sciences to Intercultural Communication."*International Journal of Intercultural Relations*، 15(1).

12- (✧✧) للتفصيل حول موضوع السياسات الإعلامية في الدول العربية ينظر د عبدالرزاق الدليمي:2012 التخطيط الإعلامي ،مصدر سابق

13- (✧✧✧) انظر يحيى شقير، الرؤية الإعلامية في الأردن وكذلك الحريات الصحفية في الأردن، مطابع الدستور 2002

14 - عبدالرزاق الدليمي 2011، قضايا إعلامية معاصرة ،دار المسيرةللنشر والتوزيع والطباعة، عمان الأردن

15-Lambeth et.al، Role of the Media Ethics course in Education of Journalists، 22

16-Philip Patterson and Lee Wilkins، Media Ethics: Issues and Cases، New Yourk:McGraw-Hill، 1994

17-Claude-Jean Bertrand، Media Ethics and Accountability Systems، New Brunswick and London: Transaction Publishers 2000

18-HARMAN Robert C. & BRIGGS Nancy E. (1991). "SIETAR Survey: Perceived، Contributions of the Social Sciences to Intercultural Communication." *International Journal of Intercultural Relations*، 15(1)

دور الإعلام

في تنشيط الحراك السياسي العربي

"شبكات التواصل الاجتماعي إنموذجاً"

د.كامل خورشيد مراد

جامعة الشرق الأوسط – كلية الإعلام – عمان

المقدمة:

يستحوذ " الإعلام الجديد" New Media على اهتمام المشتغلين بالإعلام بصفة عامة، وأساتذة الإعلام بشكل خاص، كمدخل لتساؤلات عديدة، هي: هل نعيش حاليا " مرحلة الإعلام الجديد؟ " أم أن غيرنا مر بهذه المرحلة مرات عديدة تطبيقا لانتقالات مارشال ماكلوهان في فكرة الحتمية التكنولوجية؟ أم أن الإعلام الجديد هو انعكاس لحالة الانقلاب في نظم الاتصال كلها بعد التقاء الحاسوب وتكنولوجيا الاتصال ؟ (مراد، 2011، 420).

فبعد ظهور الانترنت، وجملة التطبيقات الاتصالية التي نعيشها الان نتيجة لها، اندفعت الكثير من المؤسسات الإعلامية الى بناء ادارات للإعلام الجديد لتتولى تفعيل حالة التواصل بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة والتلفزيونية والاذاعية والهاتفية وجملة التطبيقات الإعلامية غير المسبوقة. (صادق، 2008، 9).

وقد ساهم الإعلام الجديد في اختفاء العديد من المفاهيم المرتبطة بالإعلام التقليدي كالـprime time وأوقات البرامج. لم يعد لهذه المفاهيم معنى مع توافر جميع ملفات الفيديو في أرشيف مواقع اليوتيوب Youtube. كما أن الإعلام الجديد غير مفهوم الإعلانات إذ أصبح من السهل استهداف فئات معينة بفضل قدرة الأفراد على تجميع الإحصائيات والمعلومات حول المستخدمين للإعلام الجديد. وقدمت شبكة الإنترنت العالمية ظواهر وممارسات مستحدثة في المجال الاتصالي والإعلامي تتميز جميعها بسمة رئيسية: التفاعلية.

ونلاحظ الدور الكبير الذي يلعبه ما يسمى بالـ"جمهور" في هذا العالم الافتراضي الجديد. فهو المنتج للمضامين كما أنه يساهم في تقييمها وتصنيفها ونشرها والتعليق عليها، وابتكار واجهات عرض وأدوات جديدة للاستخدام.

وهناك الإعلام الجديد التابع للمؤسسات الإخبارية والتي طوعت مواقع كاليوتيوب والفيس بوك لخدمة أهدافها. كما يملك الأفراد أيضا المساهمة والإنتاج في العملية الإعلامية فيما يسمى "إعلام المواطن".

لقد أضاف ما يعرف بإعلام المواطن أفاقا جديدة في العمل الإعلامي بالنسبة للأفراد وحتى المؤسسات الإعلامية. إن السمة الأبرز لإعلام المواطن هو القائم على إنتاج

مضامينه ألا وهو الفرد أو المواطن العادي الذي لا يملك بالضرورة مهارات مهنية إعلامية جيدة لكنه يملك المعلومات التي يجمعها من محيطه وجهاز كمبيوتر والإنترنت. هذا الفرد الذي كان في السابق لا يملك حق الكلام أو التعبير عن ذاته أو محيطه أو رأيه فيما يعرض، أصبح له الآن الحق في نشر ما يشاء وقت ما يشاء. وقد نجح العديد من المدونين في الوصول إلى العالمية والشهرة ومن أمثلة ذلك مدوّنو اليوتيوب الذين يبيعون سلعاً تحمل أسماءهم ويعرضون الإعلانات التجارية على صفحاتهم.

وتتميز المضامين في الإعلام الجديد بمحليتها وهذه ميزة قد لا تستطيع وسائل الإعلام التقليدية الحصول عليها بسبب الطبيعة الرسمية لعملها وضرورة حصول مراسليها على تصاريح رسمية للوصول إلى العديد من المناطق. وعادة ما تنشر هذه المضامين بشكل فوري على المدونات (من دون مراجعة أو تدقيق كما في وسائل الإعلام التقليدية وبلغة أقرب إلى الفرد العادي) بالاستعانة مع مواقع أخرى كاليوتيوب وفليكر وتويتر.

وفي العديد من الأمثلة تستعين وسائل الإعلام التقليدية بمعلومات وصور وملفات الفيديو التي يتمكن الإعلامي المواطن من الحصول عليها.ومع إدراك المؤسسات الإعلامية لأهمية الإعلام الجديد سواء من الناحية الإعلامية أو الترويجية أو حتى التجارية, أطلقت العديد من هذه المؤسسات مواقع إخبارية تتميز بمضمونها المهني الملتزم بالمعايير المتعارف عليها.

نلاحظ في ضوء ما سبق الفرق الشاسع بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد والتغيير الذي طرأ على علاقة الأفراد بهذه الوسائل وتحولهم من "جمهور" إلى مستخدين" للوسائل الإعلامية. فقد انتقل الفرد من مجرد التلقي المتمثل بالقراءة والمشاهدة والاستماع ومن ثم التأويل الصامت إلى استخدام المضامين الإعلامية عبر الإعلام الجديد من خلال التعليق والتقييم والتأليف والطباعة والإرسال إلى صديق والنسخ واللصق والتصنيف. كما انتقل الفرد من تلقي المضامين المحدودة إلى استخدام المضامين المتنوعة التي يذهب هو إليها ولا تأتي إليه. وهكذا يصبح للمستخدم خيار وإرادة تدفعانه إلى التفاعل مع ما يشاء من المضامين الإعلامية. وقد يقوم بذلك بشكل متزامن، فقد يقوم بالاستماع إلى ملف صوتي والدردشة مع أحد الأصدقاء وحفظ ملف فيديو على جهاز في اللحظة نفسها.

أصبح من الصعب جدا أن يعيش الإنسان المعاصر بعيدا عن التفاعل اليومي مع معطيات وسائل الإعلام والاتصال المتعددة. وزاد الأمر تعقيدا أن تلك الوسائل تخطت

حواجز المجتمعات الجغرافية وحدودها السياسية، وباتت تتفاعل بشكل مباشر مع الأفراد والجماعات على حد سواء، من دون أن يكون ثمة سلطة عليا تمنع أو تمنح التعرض لتلك الوسائل، وتتحكم في كم ونوعية المضامين التي تنتجها أو تبثها.

أصبح مستخدم الإعلام الجديد يمارس أنشطة عدة في الوقت نفسه، كما أن تعرضه للمضامين عبارة عن عمليات معقدة للغاية بسبب إندماجها وتشعبها. وعلى مستوى العلاقات الاجتماعية هناك فارق كبير بين المفهومين "المتلقي والمستخدم". فالاستخدام عملية فردية يقول البعض بأنها كرست الانعزالية والفردانية في حين أننا نرى تبلور العديد من الجماعات الافتراضية وتوطد العلاقات في العالم الافتراضي على مواقع كالفيس بوك ويتم في هذه الفضاءات النقاش حول العديد من القضايا وتبادل الآراء حولها بحرية. في حين إن ذلك لم يكن سائدا في نموذج الإعلام التقليدي فالنقاش إن وجد كان ضمن "الجمهور" وليس مع المرسل.

نرى العديد من النماذج الناجحة في الغرب لاستثمار الشبكات الإعلامية لتكنولوجيا ووسائل الإعلام الجديد. لكن يبقى المشهد أقل تفاؤلا في العالم العربي وخصوصا في الإعلام الحكومي. إذ نلاحظ بانها أعادة استنساخ المضامين التقليدية في قوالب جديدة دون الأخذ بعين الاعتبار "التفاعلية" كأهم الشروط المطلوبة في الإعلام الجديد. لذا نرى العديد من الصحف التي لا تتيح خاصية التعليق ولا توفر حتى بريدا ألكترونيا لإرسال المقترحات والآراء. ويبقى السؤال: هل هذا نابع من جهل أم تجاهل هذه المؤسسات الرسمية. ولكن من جهة أخرى نلاحظ تجارب ناجحة للغاية على الصعيد العربي في هذا المجال.(مراد، 2011، 420- 423).

ويشهد العالم الحديث اليوم ثورة إعلامية متلاحقة نتيجة للتطورات في مجال تكنولوجيا الاتصالات والحاسبات مع التوسع الكبير في وسائل الاتصال الجماهيري، أنتجت أنماطا جديدة من وسائل الاتصال والإعلام التي ألقت بظلالها على حياة المواطنين. وقد حملت هذه التطورات معها للبشرية الكثير من الإنجازات الرائعة التي جعلت حياة الناس أفضل بكثير مما كانت عليه في السابق، وقدمت التسهيلات ويسرت لهم السبل للرفاهية والتقدم .

وقدمت هذه التطورات الهائلة للإنسان فرصا غير مسبوقة للاتصال والتفاعل، قادت إلى تغييرات راديكالية في حياة البشرية، وهذه التغييرات كثيرا ما وصفت "

بـالثورات " لأنهـا أحـدثت تغـييرات جذريـة في الواقـع، فهنـاك: الثـورة الـصناعية، و الثـورة العلمية، و الثورة الجينية، و الثورة المعلوماتيـة، و الثـورة الرقميـة الـخ. .. وهـذه الأخـيرة هـي التي حملت إلينا منذ مطلع العقـد الأخير مـن القـرن الماضـي نمطـا جديـدا مـن الإعـلام هـو: الإعلام الجديد New Media.

ويـستأثر " الإعـلام الجديـد New Media باهتمـام المختـصين بالاتـصال والإعـلام نظرا لحالة الانتقـال السريع الـذي نـشهده مـن مرحلـة الكـلام المسموع والمكتـوب والمطبـوع الى مرحلـة الـصورة المشاهدة والملموسـة، ويتـساءل ميتـشيل سـتيفن رئـيس قـسم الـصحافة والاتـصال الجماهيري بجامعـة نيويورك: هـل يتمثـل الإعـلام الجديـد في حالـة الانتقـال الـسريع الـذي نـشهده مـن مرحلـة الكـلام المسموع والمكتـوب والمطبـوع الى مرحلـة الـصورة المشاهدة والملموسـة، وفـق تعبيره: صعود الصورة، انهيار الكلمة ؟ أم أنها تعبر عن غير ذلك كله ؟ (نقـلا عـن: صـادق، 2008، 9).

إن الـسرعة المتزايـدة والفائقـة الـتي تـدور بهـا عجلـة تطـور تكنولوجيـا الاتـصال والمعلومـات دفعـت العـالم الى الانتقـال مـن المجتمـع الـصناعي الى مجتمـع المعلومـات لتعـصف ثـورة المعلومـات والتكنولوجيـا متعـددة الوسـائط بجوانـب الحيـاة الـسياسية والاجتماعيـة والاقتصادية والتجارية والتربيـة والتعليم والرياضـة والوثائقيـة الى التسلية والألعـاب. (مـراد، 2011، 183)، وأن حالة الانتقال هذه أطلق عليها ألفين توفلر Alvin Toffler " الموجـة الثالثـة " الـتي يعرفهـا بأنهـا مرحلـة الـدخول في " عـصر المعلومـات مـا بعـد العـصر الـصناعي"، ويتحدث عن " سد الفجوة " ونهاية التكنوقراطية وانقضاء صلاحية ديمقراطيـة التمثيـل النيـابي، مـستنتجا أن المعرفـة كوسـيلة تختلـف عـن كـل الوسـائل الأخـرى لأنهـا لا تـنـضب. (صـادق، 2008، 23).

ولقد بدا هذا الإعلام الجديد متآلفا مع أدوات هذه الثورة التي زاوجت بـين وسـائل الاتصال كافة من أقمار اصطناعية وحواسيب وهواتف ذكيـة وشـبكة إنترنـت متقدمـة، وقدمت للبشرية تطبيقات وخدمات مدهشة كانت بمثابة الحلم حتـى وقـت قريـب، إذ يـشير أحد الباحثين العرب، وهو يتحدث عن النظـام الإعلامـي العـالمي الجديـد الى ظهـور مـصطلح جديـد في عـالم الاتـصال والإعـلام هـو " الإعلاماتيـة Media – Info " المكـون مـن مفردتـي " وسـائل الإعـلام Media والمعلومـات Information ". والإعلاماتيـة ، وفقـا للدكتور محمد عبد العزيـز ربيـع، هـي حاصـل دمـج وسـائل الاتـصال و الإعـلام (كوسـائل

إنتاج) بالمعلومات (كنتاج معرفي). (محمد عبد العزيز ربيع ، 2010، في محاضرة خاصة)

.

ان تقنيات الاتصالات الرقمية الحديثة تحولت بالفعل الى سلاح جديد مضاف الى إمكانات الشعوب التي وجدت في الإعلام الجديد منابر حقيقية للتعبير عن آرائها وترجمة الرأي العام الى أفعال ملموسة على صعيد الواقع، حيث تيسر الحصول على المعلومة بلحظتها، وتوفر الدليل بالصورة الآنية والصوت، فلم يعد الإعلام **يحتاج الى معدات معقدة وأجهزة ثقيلة واستوديوهات مجهزة، لان ما يفعله الهاتف النقال والكاميرا الرقمية عالية الجودة يضاهي أفضل النوعيات الفنية الممكن تقديمها مباشرة على شاشة التلفاز أو وضعها على شبكة الإنترنت لتكون المادة الإخبارية المصورة والموثقة متاحة لفئات المشتركين في العالم أجمع .**

ومقابل هذه الخدمة نجد ان إعلام السلطات الرسمي مازال يستخدم خطابا عفى عليه الزمن، فبعد الذي حصل من تطورات سياسية في بعض البلدان العربية مؤخرا أثبت أن الإعلام الجديد كان شريكا بارزا ومميزا في صنع الأحداث، وهذا دليل حاسم على تراجع الإعلام الرسمي وتقهقره أمام إرادة الجماهير وقدرتها على توظيف ما متيسر من أدوات وتقنيات قدمها الإعلام الجديد لخدمة أهدافها المشروعة، والإسهام في توفير المعلومات وتبادل الوثائق وتدفقها وإيصالها إلى ملايين الناس وهو ما جعل الإعلام الجديد أكثر تأثيرا على وعي الجمهور المتلقي، وتبلور ذلك بوضوح عبر الكم الهائل من المتابعة والتواصل والتفاعلية المتبادلة والتخاطب الإنساني عبر نظم تميزت بالضبط والدقة والتحكم والتوقيت السليم لبث المعلومات.

مشكلة البحث :

يتناول هذا البحث الدور الذي قام به الإعلام الجديد عبر أدواته المتنوعة، والذي ارتبط بشبكة الانترنت من جانب وبالفضائيات من جانب اخر، في دعم الثورات العربية التي اندلعت، وما تزال، منذ مطلع العام 2011، فأسقطت حتى الآن ثلاثة نظم عربية هي أنظمة الحكم في تونس ومصر وليبيا، وربما تمتد إرادة التغيير الى دول أخرى كما هو متوقع.

ومن هنا فان مشكلة البحث تنطلق من السؤال الرئيسي الذي مفاده:

" كيف وظف الحراك السياسي العربي، أو مايعرف بربيع الثورات العربية، إمكانات الإعلام الجديد ، ومواقع التواصل الاجتماعي تحديدا، في تأجيج هذه الثورات

وإدامة زخمها وتعبئة شبابها بالشكل الذي باتت فيه مواقع التواصل التواصل الاجتماعي عنوانا رمزيا لهذه الثورات ؟

وعن هذا السؤال تتفرع الأسئلة الآتية:

1- هل نمت فكرة " الثورة " على الأنظمة العربية التقليدية عبر الفضاء الإلكتروني؟

2- وكيف تسنى للإعلام الجديد تحريك الشارع العربي على خلفية هذه الثورات ؟

3- وهل أن وجود مواقع التواصل الاجتماعي هو الذي صنع الثورة؟ أم أنه ساهم في نجاحها وحولها من احتجاجات فردية وضيقة إلى تنظيم قوي أتى أكله في تغيير ثلاثة أنظمة عربية (في تونس ومصر وليبيا) حتى تاريخ إعداد هذا البحث في أواخر أكتوبر (تشرين أول) 2011 ؟

مصطلحات البحث:

الإعلام Media :

مفردة " الإعلام " لغويا مشتقة من المصدر " علم " والعلم: نقيض الجهل، علم علماً. وعلمه العلم وأعلمه إياه فتعلمه، ورجل عالم، وعليم من قوم علماء فيهم جميعا، ورجل علامة.

أما اصطلاحا فربما كان أوضح تعريف للإعلام هو الذي وضعه العالم الألماني "أتو غروت " حيث قال أن الإعلام هو " هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه "، فالإعلام تعبير موضوعي يقوم على الحقائق. والى وقت قريب، استخدمت كلمة " صحافة " بمعنى " الإعلام " ولكن مفهوم الإعلام أدق من كلمة صحافة للدلالة على بقية الوسائل (عبد اللطيف حمزة، 1978، 23). و رغم شيوع كلمة " الإعلام " في الأدبيات العربية المعاصرة فان المصطلح يتسع أحيانا ليشمل مفهوم الاتصال، ويضيق أحيانا فيقتصر على وسائل الإعلام وحدها. (محمد سيد محمد، 1983، 23).

والإعلام إجمالا هو عملية تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع او مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتها وميولها، بمعنى أن الغاية الرئيسة من الإعلام هي الإقناع .

أن التعريفات العديدة لمفهوم الإعلام وإن تضاربت إلا أنها توحي باتساع المشكلة الإعلامية وتشعبها (بالمعنى العلمي للمشكلة الذي يكاد يوازي معنى القضية وليس معنى الأزمة). وعلى حد تعبير تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الإعلام في العالم الثالث والأقطار النامية، التي شكلتها اليونسكو عام 1977، فأن الإعلام في إطاره الشامل يبدو كامتداد للمجتمع بأسره، فالإعلام ماثل في كل عنصر من عناصر النظام الاجتماعي، فهو يشرك جميع المؤسسات ويستعين بها، ويمكن دراسته من وجهات نظر مختلفة: تكنلوجية وسياسية واجتماعية واقتصادية وقانونية وثقافية ونفسية وعلى مستويات مختلفة: فردية ووطنية ودولية. (اليونسكو، 1981).

الإنترنت: Internet

مصطلح مكون من مفردتي (Inter) وهي بادئة معناه (بين) و مفردة (Net) ومعناها (شبكة) فبالتالي فالإنترنت هي الشبكة البينية، وهي عبارة عن شبكة حواسيب واسعة متصلة مع بعضها البعض، تحتوي كماً هائلاً من المعلومات المتعلقة بجميع حقول المعرفة، متوافرة على شكل نصوص وأفلام وصور ورسوم وبيانات وخرائط وأصوات وغيرها، وتصل الملايين من أجهزة الحواسيب المنتشرة في مختلف دول العالم، لتبادل المعلومات فيما بينها. يعود تاريخ تأسيس الشبكة الى نهاية عقد الستينيات من القرن الماضي، وقد أنشأت في البداية من قبل البنتاغون (وزارة الدفاع الأميركية) لأغراض عسكرية تتعلق بالحرب الباردة بين المعسكرين الغربي والشرقي آنذاك، ثم أطلقت الخدمات المعلوماتية تدريجيا للاستخدام العام مع منتصف الثمانينيات وأصبحت الخدمة الآن متاحة للجميع.

ويتكون الإنترنت من عدد من واجهات العرض أو القوالب التي تتميز عن بعضها البعض من خلال تقسيمها على أساس المنتج والهدف من الإنتاج والمضمون التمويل والقيمة الاقتصادية للمضمون. وتتنوع أشكال واجهات العرض أو القوالب وتطرأ على الساحة أنواع جديدة باستمرار. ولعل أهمها وأكثرها انتشارا، المدونات بأنواعها. ومواقع التدوين المصغر كـ"تويتر" والمنتديات الحوارية ومواقع الدردشة والبريد الإلكتروني ومواقع الفيديو كالـ"يوتيوب" ومواقع الصور كـ"فليكر" ومواقع الجماعات المؤلفة كـ"ويكيبيديا" ومواقع الشبكات الاجتماعية كالـ"فيس بوك" ومواقع راديو الإنترنت.

مواقع التواصل الاجتماعي : Social Networking Sites

مواقع الكترونية تقدم خدمات اجتماعية لمشتركيها لأغراض التواصل الإنساني والاجتماعي، تؤسسها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء وتبرمجها لخدمة تكوين صداقات أو البحث عن اهتمامات وهوايات وصور وأفلام وأنشطة لدى أشخاص آخرين يتبادلونها فيما بينهم، ومن أشهر هذه المواقع: يوتيوب ***You Tube*** وتويتر Twitter وفيسبوك ***Facebook*** وغيرها .

الحراك السياسي: Political Movement

ونعني به النشاطات السياسية (الفردية منها والجماعية) في داخل الوطن وخارجه، بغض النظر عن كون هذه النشاطات " موالية " أو " معارضة " للنظام السياسي ، فالحراك السياسي قد يكون اجتماعا أو مؤتمرات أو مسيرات أو مظاهرات أو إعتصامات أو إحتجاجات أو مطالبات أو تجمعات أو إضرابات أو ما شابه، وهو أما حراك " سلبي " لا يخدم المصلحة العامة بقدر ما يكون هدفه التجميل ،وتحركه أجندات لا علاقة لها بهدف الإصلاح المنشود، أو هو حراك " إيجابي يهدف الى الإصلاح كغاية جماهيرية عامة. وآيات الحراك السياسي هي التعبئة والتوعية والاتصال المباشر بالناس ونشر المعلومات وتبادلها وطرح وجهات النظر جميعها وإدارة المناقشات العامة بشفافية ونزاهة وتجرد عن الأهواء .

سلطة الإعلام الجديد:

لن نتجاوز الحقيقة عندما نقول أننا نعيش في عالم بلا حدود، وفي ظل تطور هائل في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والإعلام الذي " أسهم بشكل كبير في تحول الإعلام الى سلطة تمارس دورها بفاعلية مع غيرها من مستويات السلطة في المجتمع الليبرالي الحديث، بحيث لم يعد تأثيرها في إتخاذ القرارات يقل عن تأثير الأحزاب السياسية أو الرأي العام أو بقية منظمات المجتمع المدني وأحيانا يصل الى مستوى السلطات الثلاث الرئيسية كالحكومة أو البرلمان أو القضاء " (أبو زيد، 2007، 105). لقد إتخذ الإعلام الجديد تسميات عديدة ومختلفة بدلا من التسمية القديمة " وسائل الاتصال الجماهيري Mass Media " ، حيث تعمل جميع الأجهزة التقليدية وغيرها على منصة

الكمبيوتر، وتصنع عالما اتصاليا جديدا ثنائي الاتجاه Tow Way له مزايا لم تكن تتوفر في الإعلام القديم ولم تتبلور خصائصه المهنية بعد، ومن هذه التسميات (صادق، 2008، 30):

أولا: الإعلام الجديد New Media

ثانيا: الإعلام الرقمي Digital Media

ثالثا: الإعلام التفاعلي Interactive Media

رابعا: الإعلام الشبكي الحي Online Media

خامسا: الوسائط الإعلامية السيبرونية Cyber Media

سادسا: إعلام المعلومات Info Media

سابعا: إعلام الوسائط التشعبية Hyper Media

ثامنا: وسائل الإعلام حسب الطلب Mass Customization "

تاسعا: إعلام الوسائط المتعددة Multimedia

عاشرا: الإعلام المجتمعي أو الاجتماعي Community and Social Media

ويلاحظ ارتباط بعض هذه التسميات بتطبيقات الحاسبة، فبعضها خرج من طبيعة الوسيط الاتصالي، وأخرى من خبرات ثقافية يصعب إيجاد تعبير مقابل لها خارج البيئة التي وجدت فيها، كما أن بعض الأسماء يشير إلى تطبيق جزئي من تطبيقات الإعلام الجديد وبعضها يلم بأطراف أخرى من الوسائل، مما يوسع من قاعدة التعريف ومن قاعدة الوسائل والتطبيقات والخصائص والتأثير للإعلام الجديد بشكل عام (صادق، 2008، 31).

الإعلام الجديد إذا هو " إعلام تعددي بلا حدود ومتعدد الوسائط ليؤدي أدوارا جديدة في المجتمع لم يكن بوسع الإعلام التقليدي تأديتها " و" الأسس التي قام عليها هذا الإعلام هي: الرقمية، التفاعلية، التشعبية، التفردية، التخصيص، الجماهيرية، وتزاوج الوسائط والتكنولوجيات ... " (صادق، 2008، 52).

ويمكن استخلاص بعض الخصائص والميزات للإعلام الجديد وهي تتمثل في دمج الوسائل المختلفة القديمة والحديثة في وسيلة جديدة على منصة الحاسوب وشبكاته ،وما ينتج هذا الدمج من " تغيير انقلابي للنموذج الاتصالي الموروث، بما يسمح للفرد العادي من إيصال رسالته الى من يريد في الوقت الذي يريد بطريقة واسعة الاتجاهات، وليس من أعلى الى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي، فضلا عن تبني هذا الإعلام للتكنولوجيا

الرقمية وحالات التفاعلية والتشعبية، وتطبيقات الافتراضي وتعددية الوسائط، وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص، وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية " (صادق، 2008، 34- 35). فالإعلام الجديد المرتبط بتكنولوجيا المعلومات إنما هو إعلام مستقل، غير خاضع لسلطة رقيب ولا لمزاج حارس بوابة ولم يعد بالإمكان حجبه أو تقييده بسلاسل التعليمات والقوانين الناظمة للعمل الإعلامي، بل أن مجرد سعي الدول التي تحاول حجب المواقع الإلكترونية والفضائيات لهو دليل على قوة الإعلام الجديد وسطوته وتأثيره على المتلقي فهو قد ألغى تقريبا هيمنة الإعلام الرسمي وفتح آفاقاً واسعة للتواصل والحوار واذا ما وظف الإعلام الجديد لتحقيق حاجات المجتمع فهو من شأنه ان يتجاوز النمط الاستهلاكي او الإعلام المفرغ من المضامين القيمية والأخلاقية.

ولكن متى يصبح الإعلام نفسه قوة من قوى السلطة ؟ يحدد الدكتور فاروق أبو زيد حالات ثلاث لتحقيق سلطة الإعلام: أولها عندما يتاح لوسائل الإعلام حرية التعبير والرأي الحر، وثانيا أن يكون حق الإعلام في محاسبة السلطة ونقدها شاملا لقوى السلطة كافة بلا استثناء، وثالثا أن يكون لوسائل الإعلام دور ملحوظ في صنع القرار المصيري في المجتمع. (أبو زيد، 2007، 101- 102). وبتطبيق هذه المعايير الثلاثة على الإعلام المعاصر الحديث نجده وقد امتلك (السلطة) المقصودة وإن كان استخدام هذه السلطة ليس مقصورا على مجتمع بعينه أو سلطة بذاتها بقدر ما هو تعميم شائع حيثما وصلت رسائل الإعلام الجديد.

والإعلام الجديد أتاح فضاءا واسعا من حرية التعبير والرأي التي طالما ناضل من أجلها دعاة الحرية والتغيير، فحرية الإعلام التي تعني عند إيفرت وميريل الحق في نشر المعلومات والأفكار التي تتيح سهولة ودقة اتخاذ القرارات المناسبة حول الشئون العامة وصالح المجتمعات بدون قيود حكومية بهدف تشجيع نقل الأفكار، " فحرية الإعلام يمكن ان تخلق أجواءاً من التنافس المشروع لإنتاج إعلامي متميز قادر على جذب انتباه واهتمام المواطن، وبالوقت نفسه يمكن ان يطور المسؤولية الأخلاقية للإعلاميين نحو الدولة ومؤسساتها " (صالح، 2005، 345). وإذا كان هناك من مستقبل لحرية الصحافة والإعلام فانه متوقف على قيمة هذه الحرية لدى المجتمع المدني، " ولن يكون هناك مستقبل للإعلام الحر المستقل إلا إذا أدرك المواطنون أنفسهم قيمة هذه الحرية وقدروها حق تقديرها المناسب "(أبو خليل، 2011، 297).

أما في المجتمعات النامية فان دول العالم الثالث تحاول الاحتفاظ بسيطرة قوية على وسائل الإعلام، لاعتقادها أن تلك السيطرة تجنب البلدان ما يعيق الإسراع بعمليات التمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية (مكاوي، 2003، 83) ولكن هذه النظرة القديمة شملت مراجعة دقيقة وحثيثة من قبل النظم السياسية لمواكبة حركات التغيير والحرية التي مهد لها الإعلام الجديد الطريق واسعا، فلم يعد بإمكان الإعلام الرسمي ان يلوي عنق الحقيقة ويظلل جمهور المتلقين ولم يعد الإعلام أدة بيد أصحاب القرار الذين كانوا يوجهون الخطاب الإعلامي وفقا لمشيئتهم ومصالحهم فالإعلام الحديث يوثق كل شيء تقريبا ، فعصر الرقابة والتعتيم الإعلامي واحتكار المعلومة انتهى، لأن عيون الرصد الإلكتروني بالكاميرات الصغيرة و الهواتف النقالة باتت بالمرصاد ، أنها قوة جديدة وسلاح ناعم لكنه شديد التأثير، فلم يعد خطاب السلطة قادرا على مقارعة خطاب الجمهور ومنافسته ، الخطاب الذي يصنع الآن عبر الإنترنت و مواقع التواصل الاجتماعي من خلال أدوات بسيطة لكنها قادرة على نقل الكلمة والصورة وتجسيد الحقيقة ومشاعر الجماهير بكل صدق ووضوح.

و فوق ذلك فالإعلام الجديد بدا غير ملتزم بشروط المعايير المهنية أو الفنية أو التقليدية التي كانت سائدة لسنوات خلت قبل ظهور الإعلام الجديد وسلطته ، فضلا عن كونه يتسم بالواقعية ، وهو إعلام يتحدى أخلاقيات الإعلام المتعارف عليها ويؤسس لأخلاقيات مهنية جديد، وهو أيضا إعلام يتميز بالتفرد والصدارة والحضور، حتى باتت عبارة " سلطة الإعلام " التي أطلقت سابقا بشكل مجازي على دور الإعلام في تشكيل الرأي العام وتعبئته، تجسد واقعا حيا لا يمكن نكرانه أو تجاوزه بأي حال .، فلأخبار، مثلا، في الفضاء الإلكتروني تتسم بالتفاعلية، وأن " المواطن الصحفي " مشارك في إنتاجها ووضع وجهة نظره فيها عبر التعليقات والإضافات، وسرعة تدخل المحرر بتصحيح الأخطاء خلال ثوان معدودة في ظل تسارع الأحداث .

لقد اثبت الإعلام الإلكتروني تفوقه الواضح كونه إعلاما حرا، سهل الاستخدام ومن هنا أصبح اداة رئيسية لإدارة التحولات الثورية ومواكبة الأحداث ونقصد دوره في الثورات العربية، وكيف كان دوره المساند في صنع الأحداث وانضاجها وبلوة نتائجها.

ولكن رغم الإمكانيات المتاحة أمام الإعلام الجديد إلا أن استخدامه في مثل هذه الأزمات يتطلب إدارة كفؤة قادرة على انتقاء المعلومة المطلوبة وكيفية التعبير عنها

واستغلال عنصر الزمن والتوقيت السليم لبثها وكيفية التعامل مع ردود فعل الجماهير الحاشدة، من جانب آخر لابد من توفير آليات للتواصل مع مصادر الأزمة للحصول على المعلومات الصحيحة ورفق الشواهد والأدلة الحية التي تؤكد مصداقيتها وبالتالي ما يولد القناعة التامة لدى الرأي العام المستهدف." ان تكنولوجيا الإعلام والاتصال حين يتم استثمارها بشكل أمثل توفر إعلاما مزدهرا يدعم إرادة الشعوب ويصون هيبة الوطن والمواطن كونه إعلاما ينتمي الى مصالح الجماهير ويعبر عن تطلعاتها وأمانيها، ويسهم في تكافلها وتضامنها من اجل تحقيق أهدافها في التغيير نحو الحرية والعدالة والازدهار" .(http://www.sahafi.jo/arc/art1)

وينوه باحث عربي آخر في وقت مبكر من بداية الألفية الثالثة الى مسألة أخرى في غاية الأهمية وهي أن التطورات التكنولوجية الحديثة في مجال الاتصالات والإعلام قد أنتجت مشكلات أخلاقية كثيرة أصبح من الضروري مواجهتها، فقد أدت هذه التكنولوجيا الى زيادة القدرة على النقل الحي للأحداث من مواقعها في الوقت الذي تحدث فيه، ويوضح أن ذلك كان له تأثيرا سيئا على المعايير الأخلاقية للتغطية الإخبارية .. فليس هناك خاصة في ظل المنافسة الشديدة بين وسائل الإعلام للتأكد من صحة المعلومات أو دقتها أو وضعها في سياقها التاريخي أو التأكد من توافر المعايير الأخلاقية فيها. (صالح، 2005، 26)، فعلى الرغم من تأثير الإعلام الجديد في المكون المعرفي لمستخدمي الانترنت إلا انه قد يتحول ليكون أداة لترويج الأكاذيب والشائعات التي تثير الرأي العام إذا ما أسيء استخدامه أو تم تسييسه لأغراض خاصة أو لصالح أجندات معينة غير ظاهرة.

إن كل هذه التطورات سوف تجعل القوانين المشرعة لتنظيم العمل الإعلامي في كل دول العالم خارج إطار الزمن فالسلطات سوف تعجز عن تطبيق القوانين على الأشكال الاتصالية الجديدة ومن أهمها الإنترنت، وبالتالي سيكون من غير المنطقي تطبيق هذه القوانين على الصحافة المطبوعة والإذاعة والتلفزيون، وستكون هذه القوانين وسيلة لانعدام العدالة والمساواة، ويمكن أن تؤدي الى التقليل من قدرة وسائل الإعلام التقليدية على الحياة ولا سيما الصحافة المطبوعة. (صالح، 2005، 26).

وإذا كانت وسائل الإعلام في المجتمعات الصناعية المتقدمة من المعالم المهمة، وجزءا أساسيا من البيئة الاجتماعية فيها، فان مجتمعات العالم الثالث لها اهتماماتها الأخرى التي تسبق الاهتمامات الإعلامية، فالجمهور في المجتمعات النامية، أو دول العالم

الثالث السائرة في طريق النمو، له احتياجات أساسية يريد تحقيقها مثل الحصول على الطعام والشراب والملبس والصحة، فأن اهتماماته الأخرى، مثل البحث عن الأخبار أو المعلومات، تندرج تحت إطار الاحتياجات " الثانوية " .

ورغم هذه الحقيقة، إلا أن وسائل الإعلام في كل المجتمعات البشرية اليوم أصبحت أدوات فاعلة في التغيير الاجتماعي والاقتصادي والسياسي في البيئة الاجتماعية حيثما توجد وسائل الإعلام وجمهور الإعلام .لقد أصبحت وسائل الإعلام مصدرا مهما من مصادر المعلومات، ومؤثرا قويا في سلوك الجمهور وأصبح حضورها في كل مكان أمرا مألوفا حتى أصبحت جزءا لا يتجزأ من المجتمع خاصة في أوقات الأزمات والأحداث الساخنة، بل وصل الأمر إلى أن وسائل الإعلام تنقل الأحداث العالمية فور وقوعها على الهواء مباشرة لذا فإن قوة وسائل الإعلام تكمن في السيطرة على مصادر المعلومات من جهة، والتأثير باتجاهات الرأي العام من جهة أخرى.

الطريق السريع للمعلومات:

إن هذا التطور قد فرض ظهور طريق المعلومات السريع Information Super High Way ، وما يوفره من إمكانات تفاعلية سينتج تغييرات أساسية في طريق جمع الأخبار ونشرها، حيث ستظهر نوعية جديدة من الأخبار هي أخبار الطريق السريع، وسوف تتميز هذه النوعية الجديدة من الأخبار بمعلومات أكثر من مصادر أكثر، إن الأخبار في القرن الحالي ستكون تفاعلية Interactive وتعتمد على نظام الوسائط المتعددة Multimedia التي تمتلك قوة التلفزيون وأمكانات الصحف والتركيب المرن لشبكة التلفون، وستظهر نوعية أفضل من الأخبار معلومات أكبر. (صالح، 2005، 23) ، لتعني واقعا جديدا عبر عنه آخرون بمصطلح " الإعلام الجديد " الذي نفضل أن نستخدمه في هذا البحث.

ويتصدر الإعلام الجديد New Media ، واجهة المشهد اثناء الأزمات، لما له من امكانيات تعبيرية وقدرة فاعلة في التأثير على الرأي العام وتوجيهه الوجهة المقصودة، في مرحلة زمنية معاصرة تشهد " إنتقال أدوات الاتصال وتطبيقاته المختلفة من قبضة المؤسسات الى يد الجمهور " (صادق، 2008، 9)، و السيطرة تماما على الساحة الإعلامية كإعلام بديل عن الإعلام التقليدي الجماهيري القديم، أو الإعلام الرسمي، فهو

إعلام ساهم بشكل فعال في قيادة حركة التغيير في المحيط العربي، وفي نقل مجريات أحداث الثورات العربية وتفاصيلها في تونس ومصر وليبيا واليمن وسوريا بشكل " فوري ومباشر ودقيق " .

ويسعى الإعلام الجديد الى تكريس " حق الناس في المعرفة The Right to Know ، هذا المبدأ الذي ظهر أول مرة بعد إنتهاء الحرب العالمية الثانية عام 1945 من خلال " كينت كوبر Kent Cooper " مدير عام وكالة " أسوشيتدبريس الأميركية AP ، حيث انتقد كوبر، آنذاك، رقابة الحكومات على الإعلام، ودعا الى إزالة الحواجز التي تحول دون التدفق الحر للمعلومات حول العالم، وتحدث عن حق المعرفة الذي يجب أن يتاح لكل الناس، سيما بعد أن أخذ مفهوم " السلطة الرابعة Fourth Estate الذي اطلق على الصحافة بالانتشار عالميا ليعني سلطة الإعلام التي يجب أن تشارك بحكم الدولة الى جانب السلطات الثلاث: التنفيذية والتشريعية والقضائية. (مكاوي، 2003، 215).

وتزداد درجة فاعلية الإعلام الجديد أثناء الأزمات والأحداث التاريخية المتسارعة، كما هو الحال اليوم حيث تشهد الساحات العربية منذ مطلع هذا العام منعطفات كبرى تجسدت في تغيير ثلاثة من أنظمة الحكم الصارمة والمتشبثة بكرسي السلطة منذ عشرات السنين. وصحيح أن ما حصل في تونس ومصر وليبيا، وربما سيعقب ذلك أنظمة أخرى، تحقق بفعل إرادة الشعوب وتضحياتها وقدرتها على صنع التغيير، إلا أن الصحيح أيضا أن وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي أدت هي الأخرى دورا حيويا تعدى مسألة تغطية الأحداث وتحليل المواقف وكشف الآراء وإيصال المعلومات، الى دور التحشيد والتعبئة والتخطيط والتنظيم وإشعال فتيل الثورات .

وبقدر ما أضاف الاتصال الإلكتروني الحديث وسائل إعلامية جديدة " الى الترسانة الإعلامية للحكومات السلطوية " ولكنه في الوقت نفسه وضع بين يدي الجماعات الرافضة أو المناوئة للسلطة أدوات إعلامية جديدة للمقاومة والمعارضة من دون أن تتمكن السلطة من معرفة مصادرها أو كيفية إدارتها ولم تفلح في منع وصولها للجمهور. (أبو زيد، 2007، 65).

ومن جهة أخرى فهناك علاقة طردية بين تطور وسائل الإعلام ونمو ظاهرة الرأي العام، بحيث أصبحا يشكلان وجهين لعملة واحدة (أبو زيد، 2007، 98). أن تزايد

الدور الرقابي للإعلام بفعل التحولات السياسية في العالم وتطور التكنولوجيا أدى إلى أن تتحول وسائل الإعلام إلى أدوات ضغط على النظم السياسية القائمة، الغربية منها والنامية، وبالفعل أصبح للإعلام سلطات واسعة تضاهي السلطات الأخرى في قوتها ومفعولها السياسي والاجتماعي والاقتصادي .

إن دور وسائل الإعلام كسلطة يكمن في دورها في التأثير على الجمهور والحكومات على حد سواء، " فهي من ناحية المواطنين تساعدهم على المشاركة في اتخاذ القرار، وهي من ناحية الحكومة تمارس تجاهها تاثيرا يدفعها الى تبني مطالب المواطنين وتحقيق رغباتهم " (أبو زيد، 2007، 103).

مواقع التواصل الاجتماعي و الحراك السياسي العربي:

شهدت العديد من الدول العربية منذ مطلع العام 2011 ، ومازالت، مظاهرات واحتجاجات شعبية واسعة اندلعت من قِبَل الجماهير التي رفعت شعارات وأهدافاً مختلفةً في كل دولة وإذا ما نظرنا إلى الأهداف التي رفعتها الجماهير العربية فإننا نجدها تتراوح بين المطالبة بالحقوق الأساسية من إطلاق الحريات العامة، وتحقيق العدالة الاجتماعية والتنمية المتوازنة، وتحسين الظروف المعيشية للمواطنين، مروراً بالمطالبة بالمشاركة في صناعة القرار، والقضاء على الفساد، وصولاً إلى ارتفاع سقف المطالبات بالدعوة إلى تغيير نهائي في بنية السلطة الحاكمة، وإسقاط الأنظمة المستبدة، كما حدث في بعض الدول العربية، وقد أخذت الثورات فيها أسماءها مما أطلقه جمهور الفيسبوك (أو جيش الفيسبوك كما يصفه البعض)، ففي تونس (ثورة الياسمين) ومصر (ثورة الشباب) وليبيا (ثورة 17 فبراير) واليمن (الثورة الشعبية) وسوريا (ثورة الكرامة).

وفيما يأتي (جدول رقم - 1-) التسلسل التاريخي لحركة الاحتجاجات والمظاهرات العربية، مؤكداً على أن الأوضاع العربية في كل دولة عربية ليست بالضرورة متشابهة من حيث أسباب المظاهرات والاحتجاجات وإن كان يجمعها هدف الإصلاح العام ومكافحة الفساد ومعالجة البطالة والمطالبة بالتغيير، وباستثناء الدول الخمس الأولى في الجدول فان المظاهرات والاحتجاجات في الدول الأخرى كانت ذات طابع سلمي وبهدف الإصلاح وليس تغيير النظام أو إسقاطه:

جدول رقم - 1- الثورات العربية 2010- 2011

ت	الدولة	تاريخ بدء المظاهرات والإحتجاجات
1	تونس	السبت 2010/12/18 – سقط النظام
2	مصر	الثلاثاء 2011/1/25- سقط النظام
3	ليبيا	الخميس 2011/2/17 – سقط النظام
4	اليمن	الجمعة 2011/2/11 – قبل الرئيس صالح نقل السلطة وفق المبادرة الخليجية
5	سوريا	الخميس 2011/3/17 – الأوضاع في توتر وتصاعد للعنف رغم تدخل الجامعة العربية
6	الجزائر	مطلع العام 2011
7	العراق	مطلع العام 2011
8	الكويت	مطلع العام 2011
9	موريتانيا	مطلع العام 2011
10	الأردن	الجمعة 2011/1/14
11	سلطنة عمان	الثلاثاء 2011/1/18
12	السودان	الأحد 2011/1/30
13	فلسطين	الأحد 2011/2/13
14	البحرين	الأثنين 2011/2/14
15	المغرب	الأحد 2011/2/20
16	لبنان	الأحد 2011/2/17
17	جيبوتي	الأثنين 2011/2/18
18	السعودية	الخميس 2011/3/3
19	الصومال	السبت 2011/3/12

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي التي برزت في السنوات القليلة الماضية من أهم أدوات التعبير عن الرأي العام، وتعد من أدوات التغيير في العصر الحديث. فهناك العديد من المجموعات التي ينشئها بعض المدونين والتي من شأنها ان تكسب مؤيدين لمطالب بالتغيير والثورةو لقد كان لموقع الفيسبوك Face book الاجتماعي، الذي انطلق في عام 2006 ، الدور الملحوظ في بلورة الرأي العام العربي، عبر ربط مجموعات المعتصمين والمحتجين في

عواصم ومدن الدول التي شهدت مسيرات وتظاهرات حاشدة، الأمر الذي حول الموقع من وظيفته الأساسية " التواصل اجتماعيا " الى وظيفة جديدة هي: التعبئة السياسية " التي ربما لم تكن تخطر على بال مؤسسي الموقع .

ولقد تضاعف عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في كل العالم، وتعد اليوم من أهم أدوات التغيير في العصر الحديث، وإن كانت هذه المواقع لا تصنع الواقع تماما فإنها تعكس الواقع بصورة جلية، وتبرز أهميتها من كونها تشكل رافدا مهما من روافد الإعلام الجديد الى جانب المحطات الفضائية .

وفي الوقت الذي تصدرت فيه المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، تساندها الفضائيات، لوحظ انحسار دور " الإعلام الرسمي التقليدي " وتراجعه نسبيا في ظل الثورة الإلكترونية العالمية، ولعل الخاسر الأكبر في الثورات العربية هو الإعلام الرسمي الذي اقتصر على نقل وجهة نظر الحكومات وظل سجين الرأي الحكومي وأخفق في نقل مجريات الثورة الآ من خلال رؤية السلطة لها وتصويرها كأحداث عنف أو حركات تمرد أو حوادث شغب أو الحديث عن " مؤامرة " تدير هذه الأحداث .

وفي تونس عد يوم يوم السبت 2010/12/18 مولد الثورة التونسية، التي أطلق عليها شباب الفيسبوك اسم " ثورة الياسمين "، وهو اليوم الذي خرجت فيه مظاهرات شعبية عفوية تضامنا مع الشاب التونسي محمد البوعزيزي الذي أضرم النار بجسده، في اليوم السابق لهذا التاريخ، احتجاجا على بطالته ومصادرة العربة التي يبيع عليها من قبل الشرطية المحلية. و توفي البوعزيزي في يوم الثلاثاء 4 كانون الثاني (يناير) 2011 متأثرا بحروقه الشديدة مما أدى ذلك الى اندلاع شرارة التظاهرات بزخم ملفت وخروج آلاف التونسيين الرافضين لظاهرة البطالة وفقدان العدالة الاجتماعية وإستشراء الفساد داخل النظام الحاكم .

وعمت هذه المظاهرات مدن تونسية أخرى و اصطدمت بقوات الأمن التي شملت مدن عديدة أخرى، وسقط العديد من القتلى والجرحى من المتظاهرين، ولما اشتدت الأزمة أضطر الرئيس التونسي زين العابدين بن علي على إقالة عدد من الوزراء بينهم وزير الداخلية وتقديم وعود لمعالجة المشاكل، كما أعلن عزمه على عدم الترشح لانتخابات الرئاسة عام 2014 كما كان مقررا. كما تم بعد خطابه فتح المواقع الإلكترونية المحجوبة بعد خمس سنوات من الحجب، بالإضافة إلى تخفيض أسعار بعض المنتجات

الغذائية تخفيضاً طفيفاً. لكن الاحتجاجات توسعت وازدادت شدتها حتى وصلت إلى المباني الحكومية مما أجبر الرئيس بن علي مغادرة البلاد بشكل مستعجل وسريع يوم الجمعة 14 كانون الأول (يناير) 2011، والتنحي عن الحكم، وعندئذ شكلت الثورة التونسية المفجر الرئيسي لسلسلة من الإحتجاجات والثورات في عدد من الدول العربية الأخرى: مصر وليبيا واليمن وسوريا .

أما في مصر الدولة التي بدت الأولى في منطقة الشرق الأوسط استخداما للفيسبوك إنطلقت " ثورة الشباب " بتاريخ الثلاثاء 25 كانون الأول (يناير) 2011 بشكل سلمي بمشاركة عدة جهات من المعارضة المصرية والمستقلين، من بينهم حركة شباب 6 أبريل، وحركة كفاية، ومجموعات الشباب عبر موقع الفيسبوك واشهرها مجموعة " كلنا خالد سعيد " و " شبكة رصد "، بالإضافة الى شباب الأخوان المسلمين. حيث أطلقت مجموعة "كلنا خالد سعيد" موقعا لها على الفيس بوك، وتمكنت من جمع آلاف الناقمين على الممارسات القمعية لوزارة الداخلية، وقد ساهمت هذه المجموعة نفسها في الدعوة والحشد ليوم الغضب المصري.

وجاءت الدعوة للتظاهرات احتجاجا على الأوضاع المعيشية والسياسية والاقتصادية السيئة وتفشي الفساد في ظل حكم الرئيس حسني مبارك الممتد من شهر أكتوبر 1981.

وبالعودة الى تاريخ عام 2008 قامت فتاة تدعى إسراء عبد الفتاح وكانت تبلغ حين ذاك من العمر 17 عاماً، من خلال موقعها على "الفيسبوك"، بالدعوة إلى إضراب سلمي، في 6 أبريل/نيسان 2008، احتجاجا على تدهور الأوضاع المعيشية، وسرعان ما لقيت دعوتها استجابة 70 ألفا من الجمهور. والنتيجة أن الإضراب نجح، وأطلق على إسراء في حينه لقب "فتاة الفيسبوك" و"القائدة الافتراضية " .

ومنذ عام ونصف قامت حركات المعارضة ببدء توعية أبناء المحافظات ليقوموا بعمل احتجاجات على سوء الأوضاع في مصر وكان أبرزها حركة شباب 6 ابريل وحركة كفاية وبعد حادثة خالد سعيد قام الناشطون بإنشاء صفحة على الفيس بوك بعنوان " كلنا خالد سعيد " بالدعوة إلى التخلص من النظام وسوء معاملة الشرطة للشعب.

لقد أدركت السلطات المصرية التأثير القوي لمواقع التواصل الاجتماعي في لحظة ضائعة، وتعاملت مع هذا الأمر بطريقتها المعتادة "المنع والقطع"، فحجبت في البداية موقعي فيسبوك وتويتر ثم

عطلت شبكات الهواتف المحمولة، وقطعت خدمة الإنترنت عن البلاد، وهو ما دفع الكثيرين من مستخدمي الإنترنت وغيرهم إلى تصعيد الاحتجاج ونقله بنجاح من العالم الافتراضي إلى ميدان التحرير. وأدت الثورة المصرية إلى تنحي الرئيس محمد حسني مبارك عن الحكم بتاريخ الجمعة 11 شباط (فبراير) 2011.

وقد أفرز " ربيع الثورات العربية " قائمة طويلة من المصطلحات الخاصة بهذه الظاهرة وجدت طريقها للانتشار عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومن خلالها الى وسائل الإعلام الأخرى، ومثلما شاعت مصطلحات من قبيل: البلطجية والشبيحة والزعران والموالين والفلول والكتائب والأنصار والمرتزقة وغيرها للإشارة الى أعوان النظم السياسية المستهدفة، فان الباحث رصد مصطلحات مقابلة أخرى مثل: الثوار والشباب والمجاهدون والمعارضة والحراك السياسي والناشطون والمتظاهرون والمناوئون وكتاب الثوار والغاضبون والمحتجون، للإشارة الى المتظاهرين والمحتجين والمعارضة. أما الشعارات التي رفعها أصحاب الحراك السياسي في الدول العربية التي شهدت المظاهرات فتختلف من دولة لأخرى طبقا لأهداف النشاط، فبعضها جاء مشتركا والآخر خاصا بدولة معينة، وعلى العموم فان الباحث رصد أمثلة من هذه الشعارات (الجدول رقم - 2-) كنماذج أطلقها أو استخدمها شباب مواقع التواصل الاجتماعي: الفيسبوك وتويتر واليوتيوب وهي شعارات بعضها جدي الطابع والآخر يحمل شيئا من الطرافة وخفة الدم كما ظهر في أحداث مصر، ومنها على سبيل المثال وليس الحصر:

جدول رقم - 2- بعض شعارات الثورات العربية

ت	الشعار أو المصطلح	المغزى السياسي أو الملاحظات
1	الشعب يريد إسقاط النظام	أشهر شعار إستخدم في الدول التي سقط فيها النظام فعلا
2	الشعب يريد إسقاط الرئيس	كذلك
3	الشعب يريد الإصلاح	إستخدم هذا الشعار كبداية ومقدمة للمظاهرات
4	الشعب يريد التغيير	شعار عم أرجاء الوطن العربي عموما
5	الشعب يريد إصلاح النظام	كذلك
6	الشعب يريد النظام	شعار تهكمي أطلقه الشباب في ليبيا وكأنهم يقولون برغبتهم بوجود نظام حيث لاوجود للنظام بظل حكم القذافي كما قالوا.

7	الشعب يريد محاكمة الرئيس	ظهر هذا الشعار في مصر واليمن وسوريا
8	الشعب يريد إعدام الرئيس	ظهر هذا الشعار في سوريا تحديدا
9	الربيع العربي	وصف الثورات العربية
10	لا للتدخل الدولي	ظهر في سوريا
11	لا للفقر ولا للمهانة	في مصر وباقي الدول العربية
12	خالد سعيد مات مقتول ومبارك هو المسئول	في مصر إشارة الى أحد الناشطين
13	حكم 30 سنة في هذا العصر هو إهانة لشعب مصر	في مصر
14	لا لقانون الطوارىء وتزوير الإنتخابات	شعار عام
15	إحنا الشعب	
16	إرفع صوتك زي الناس إحنا كرهنا الظلم خلاص	مصر
17	ثورة ثورة حتى النصر	عام
18	بن علي في السعودية والحكومة هي هي	في تونس
19	عايزنها دولة مدنيه لا طائفية ولا حرامية	في مصر
20	اعتصام ..اعتصام حتى يسقط النظام	عام
21	الشعب يريد علاج الرئيس	شعار تهكمي ظهر في ليبيا
22	الشعب يريد تفسير الخطاب	كذلك
23	دقت ساعة العمل الى الإمام الى الأمام	كذلك
24	تونس هي الحل	شعار تهكمي
25	بالإرادة نتجاوز مالايمكن تجاوزه	عام
26	إرحل	الشعار يخاطب الرؤساء العرب
27	اللي بعده ......!	في اليمن
28	يسقط الدكتاتور	لكل زعيم
29	الى جدة	في إشارة لهروب الرئيس التونسي بن علي الى جدة
30	إذا الشعب يوما أراد الحياة فلابد ان يستجيب القدر	تونس والبلدان العربية

أما أيام الجمع التي دأب المتظاهرون تحشيد الناس فيها، بعد صلاة الجمعة، فقد تحولت هذه الأيام من أيام راحة وإجازة وصلاة وعبادة لكثير من الناس الى أيام مسيرات ومظاهرات وثورات، حتى ان " نكتة " شاعت في الأوساط الشبابية على مواقع التواصل

الاجتماعي تقول أن الحكومات العربية باتت خائفة وقلقة من ثلاثة أشياء: الفيسبوك وأيام الجمع والفضائيات !!

وفيما يأتي (جدول رقم - 3 -) قائمة بنماذج من اسماء أيام الجمع التي روجها نشطاء المواقع الاجتماعية وأطلقت على أيام المظاهرات والإحتجاجات:

جدول رقم - 3- تسميات أيام الجمع في ربيع الثورات العربية

1	جمعة التحدي
2	جمعة الغضب
3	جمعة الكرامة
4	جمعة الأسرى
5	جمعة القرار
6	جمعة الرحيل
7	جمعة المطالب
8	جمعة الحرائر
9	جمعة حماة الديار
10	جمعة الأخوة
11	جمعة أحفاد عمر المختار
12	جمعة أحفاد خالد
13	جمعة إسقاط الصنم
14	جمعة سلمية الثورة
15	جمعة الإنتفاضة
16	جمعة الإنذار الأخير
17	جمعة الشهداء
18	جمعة تشييع الشهداء
19	جمعة الحشد
20	جمعة الحرية
21	جمعة الثبات
22	جمعة الزحف
23	جمعة المسير الى القصر
24	جمعة الإطاحة بالرئيس
25	جمعة لا للفتنة الطائفية
26	جمعة الوحدة الوطنية
27	جمعة التسامح
28	جمعة السلام
29	جمعة التضامن
30	جمعة الإنتماء

النتائج

1- أن مواقع التواصل الاجتماعي باتت نافذة مشرعة الأبواب تصنع رأيا عاما، وأن حجم تأثيرها يتناسب طرديا مع نهضة المجتمع التكنولوجية والمعرفية، وأهمية الموقع تكمن بكسر الحواجز بين أفراد المجتمع وتقريبهم بعضهم لبعض وتوفير فرصة أكبر للتعارف وتمتين أواصر العلاقات وتبادل الخبرات والإهتمامات فيما بينهم .

2- تبدو أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في كونها شبكات اتصال اجتماعية عالية التقنية وقوية ومتشابكة تتيح لجميع المشتركين التنسيق والتواصل بحرية مطلقة و المشاركة في صنع الأحداث ومتابعتها .

3- أتاحت هذه الشبكات فرصة كسر حاجز الخوف وحولت العمل السياسي السري الى نشاط علني .

4- أصبح الفيسبوك وتويتر وغيرها محطات إنطلاق جديدة نحو الحشد الهائل لتوحيد مسارات الرغبة الجامحة لدى الناس في جعل الفيسبوك قاعدة صلبة ومتينة ووسيلة سهلة وميسرة أجمع الشباب على إستخدامها بإفراط مما أدى الى تحويلها الى محطات إشعال لإيقاد الثورات العربية .

5- قامت هذه المواقع بدور التعبئة الأيديولوجية في الثورات ونجحت في متابعة الأحداث بدول الثورات العربية أولا بأول من خلال قيادتها غير المباشرة لتلك الأحداث وتحديث معلوماتها عنها، فضلا عن دورها في تعبئة الشعب وتنظيمه عبر مجاميع وخلايا ميدانية.

6- لقد حققت مواقع التواصل الاجتماعي حضورها في نشر أفكار الثورات وتبني مطالب الثوار والترويج لهذه المطالب على نطاق واسع، و ماكان بالإمكان أن تنتشر أهداف الثورات وتطورات أحداثها بهذا الشكل الفوري وبهذا الزخم المكثف لولا دور هذه المواقع في النشر والنقل.

7- أدت مواقع التواصل الاجتماعي دورا في كبيرا في التنسيق بين المتظاهرين وأعطت إشارة البدء للعمل الجماعي، فموقع الفيسبوك، مثلا، أصبح من أهم أدوات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها معظم الشباب والتي يحاولون من خلالها

مناقشة قضاياهم السياسية والاجتماعية.كما ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي خلال هذه الفترة في نشر اللهجات العربية عبر الدول العربية والمعرفة الجغرافية بأصغر المدن والمناطق في الوطن العربي.

8- ووظفت مواقع التواصل الاجتماعي في مسألة التشبيك بين المجموعات السياسية وتنظيم الإعتصامات والإعلان عنها وتحشيد المؤيدين لها وتحديد أماكنها وتوقيتاتها، مما جعل هذه المواقع تقوم بوظيفة الأحزاب والنقابات المهنية والتنظيمات السياسية أو تعمل كبديل متاح عنها من دون رقيب أو مضايقة من السلطات، رغم أن الحكومة التونسية السابقة حاولت حجب المواقع المؤثرة إلا أن البدائل الإكترونية سرعان ما وجدت طريقها للناس بعد أن كسر المواطنون حاجز الخوف وتخطوا عتبة التابو الرهيبة.

9- غيرت مواقع التواصل الاجتماعي من " الصورة النمطية " للشباب العربي، إذ حولته من شباب كان يوصف بالسطحية في السابق الى شباب فاعل ومتفاعل وذلك بعد ان شعر الشباب بأنهم أصبحوا مناضلين يتوقون إلى الحرية وخير من يدرك قيمتها ويسعى للحصول عليها.

10- لقد فاجأ الشباب العربي الأنظمة الحاكمة بصورة جديدة لشباب "الإنترنت"، و"الفيسبوك"، تخالف تماما ما أشيع عنه بأنه "جيل تافه"، ينشغل بأتفه الأمور، وليس له أية علاقة بالشأن العام.

11- أن موقع " فيس بوك " لوحده أدى دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام وتحريك الشعوب، فاستعماله تناغم مع الوسائل الحديثة والتقرب من شريحة واسعة من الشباب التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي واستثمار قدرات وطاقات الشباب ايجابياً لانخراط أوسع في القضايا الوطنية الملتهبة.

12- أن العالم يتحدث عن الفيس بوك واليوتيوب وهي وسائل اجتماعية للتواصل بين الناس. فعندما اكتشف الشباب دورها الاجتماعي قلبوها وحولوها لوسيلة للتواصل السياسي فأصبحت أداة سياسية للتغيير. وهذا دلالة واضحة على أن الذي يجري اليوم هو شيء يختلف تماماً عما هو مألوفا.

13- وفي مجال صناعة الرأي العام وتكوينه فقد خلقت المواقع الاجتماعية رأيا عاما واضحا ضد الحكومات المستهدفة، وكان لها دور بارز في كسر حاجزي الخوف والصمت، لا سيما أن هذه الوسائل لاتخضع للرقابة، ويصعب السيطرة عليها، لذا ساهمت في إحداث التغيير ونجاح الثورة.

14- لقد دخلت المواقع التواصلية في دور تكاملي وداعم لوسائل الإعلام الأخرى، إذ كانت مواقع التواصل الاجتماعي تجد في الصحافة الإلكترونية والتقليدية مصدرا للأخبار، وتضع موادها على مواقعها، في نوع من التعاون والتبادل الإعلامي.

15- لأن كان دور مواقع التواصل الاجتماعي يكمن بالدرجة الأساس في تجميع الناشطين، والتنسيق بينهم ولكنها لم تكن هي من صنعت الثورة، فمواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت لا تخلق ثورات جاهزة إفتراضية، بل يخلقها الفقر والغضب والحكام المستبدون، لكن في هذه الحالات شاهدنا كيف عملت مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت على تنظيم الناس والترويج للرسالة، وكانت وسيلة للهجوم على من هم في السلطة، ولإبلاغ العالم الخارجي أن الناس هنا غاضبون ومتحمسون، لذلك كانت مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت فعالة بصورة ملحوظة في وقت قصير جدا".

16- أن الفترة المقبلة ستجعل التكنولوجيا الحديثة مسؤولة عن صياغة عقول الشباب، وبخاصة مجموعات الـ«فيس بوك» التي تعد ساحة للتعبير عن الخواطر والمشاكل والإحباطات والأحلام المستقبلية من خلال أفكار متنوعة تجتمع على قضية واحدة.

17- وفيما يتعلق بمستقبل الإعلام الجديد في ظل مناخ الإنفتاح ووعي الشعوب العربية لحقوقها وأهمية وجودها، وفي ظل بسط نفوذ الإعلام الجديد الى درجة بات يشكل مصدر تهديد وخوف للحكومات، فانه من الصعب إفتراض " قوننة " الإعلام الجديد بالأساليب القديمة، أو محاولة تحجيم الفضاء الإلكتروني الرحب، لأن وسائل الإعلام الجديدة باتت متعلقة بمصالح الجمهور وبات الجمهور نفسه هو حارس بوابتها الإعلامية، مما جعلها حجر الزاوية في التغيير والثورة مما يجعل عملية " تطويعها " أو " قوننتها " مسألة بالغة الصعوبة الى حدما إن لم نقل انها مهمة مستحيلة.

18- أن الأمر الوحيد المتاح أمام الحكومات العربية للتعامل مع معطيات الإعلام الجديد هو إعتماد مبدأ " الإنفتاح " و " إقرار الأمر الواقع لسلطة الإعلام " ومغادرة " إعلام السلطة " لأن السلطات الحكومية غير قادرة ، أولا ، على الإستمرار

بسياسة حجب المواقع الإلكترونية ، وغير قادرة ثانيا على وضع تشريعات مقيدة للصحافة والإعلام لعدم جدواها .

19- وفي حقيقة الأمر أن كل نظام يفكر بالحل الأمني، فقط، لمشاكل شعبه، أو بتقييد حركة الإعلام أو لجمها أو تركيعها – كما يتصور – إنما يحاول إرساء سياسة القمع العقيمة، فرياح التغيير تبدو عاتية وشديدة السرعة ولامناص من التعامل معها وليس تجاهلها أو التعالي عليها، فالسيطرة على الإعلام، بخلاصة القول، تبدو مهمة مستحيلة في عصر التدفق الحر للمعلومات وغياب أية رقابة.

20- أن الحكومات، ومن خلال تعاونها وتنسيقها مع الجمعيات والنقابات والإتحادات الإعلامية، تستطيع أن توفر برامج وطنية للتدريب والتأهيل الإعلامي، وتنظيم وإصدار مواثيق شرف إعلامية – أخلاقية تحمي حرية الإعلام وتصون قيم المجتمع وترتقي بالذوق العام وتساند النظام السياسي والاجتماعي، وعليها أن تبتعد تماما عن أساليب الإفساد من خلال شراء الذمم والأقلام أو تأجيرها لمحاولة تجميل صورتها أمام الجمهور الذي بات اليوم أكثر إدراكا ودراية باستخدامات الإعلام الجديد وتقنياته، فالمواطن اصبح صحفيا بالضرورة ، وهو واقع جديد علينا جميعا تقع مسئولية الإرتقاء به نحو الأفضل ...

المصادر والمراجع

- أبو خليل، فارس جميل، (2011)، "وسائط الإعلام بين الكبت وحرية التعبير" (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع) .
- أبو زيد ، فاروق، (2007)، " الإعلام والسلطة: إعلام السلطة وسلطة الإعلام "، (القاهرة: عالم الكتب).
- الأمين، فضيل، (1995)، من ثورة الاتصال الجماهيري الى ثورة الاتصال الإلكتروني، مجلة قضايا دولية، معهد الدراسات السياسية، اسلام اباد، باكستان، 12.6 فبراير (شباط) 1995، ص 5 .
- حمزة، عبد اللطيف، (1978)، "الإعلام والدعاية" (بغداد: مكتبة بغداد).
- ربيع، محمد عبد العزيز، (2010)، "الإعلام والديمقراطية" محاضرة ألقيت في جامعة الشرق الأوسط بتاريخ 13/ 3/ 2010.
- صالح، سليمان، (2005) "أخلاقيات الإعلام" (الكويت: مكتبة الفلاح) .
- صادق، عباس مصطفى ،(2008)، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع .
- عبد الرحمن، عبد الله محمد ، (2007)، مقدمة في سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، ط 2، مطبعة البحيرة.
- العبد الله، مي، (2005)، الاتصال والديمقراطية، بيروت، دار النهضة العربية.
- كليش، فرانك، (2000)، "ثورة الأنفوميديا: الوسائط المعلوماتية وكيف تغير عالمنا وحياتنا" ترجمة: حسام الدين زكريا، (الكويت: منشورات سلسلة عالم المعرفة).
- محمد، محمد سيد، (1983)، "المسئولية الإعلامية في الإسلام" (القاهرة: مكتبة الخانجي).
- مراد، كامل خورشيد ،(2011)، "الاتصال الجماهيري والإعلام: التطور، الخصائص، النظريات،" (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة).
- مراد، كامل خورشيد، (2012)، "مدخل الى الرأي العام"، ط2، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة).
- المسلمي ، ابراهيم ،(2007)، ادارة المؤسسات الصحفية، ط 2، القاهرة: دار الفكر العربي.
- مكاوي، حسن عماد، (2003)، "أخلاقيات العمل الإعلامي" (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية).

- مهنا، محمد نصر، (2007)، **مدخل الى الإعلام العربي في عالم متغير** (المكتب الجامعي الحديث . الاسكندرية) 2007 .
- اليونسكو ،(1981)، **اصوات متعددة وعالم واحد** ،(الجزائر: الشركة الوطنية للنشر والتوزيع) .
- Krogh Troben, (1996) , Unesco Sources,NO. 75,Dec.1995
- **مواقع الكترونية عربية وأجنبية :**
- غيتس، بيل، **الطريق المقبل السريع للمعلومات**، ترجمة: ومراجعة دكتور اكرم البيلي، الرابط الاتي:
- http://www.itech4arab.com/forum/showthread
- هشام، منور، مقال " **دور الفيسبوك في الثورات العربية** " موقع فلسطين أون لاين، بتاريخ 2011/4/11 على الرابط الآتي:
- www.felesteen.ps
- البنا، نهال، (2011)، " ألأسلحة الإفتراضية: تأثيرات الإعلام الرقمي في الحراك العربي "، مجلة السياسة الدولية، على الرابط الآتي:
- http://www.siyassa.org.eg/NewsContent
- موقع العربية نت على الرابط الآتي:
- http://www.alarabiya.net/articles/
- آسانج، جوليان " موقع ويكليكس أشعل الثورات العربية " أنظر المقال على موقع موقع الجزيرة نت على الرابط الآتي:
- http://www.aljazeera.net/NR/exeres/
- رابط " **الربيع العربي** " على موقع شبكة سي أن أن العربية على الرابط الآتي:
- http://arabic.cnn.com/arab.spring/
- موقع أخبار الأردني على الرابط الآتي:
- http://www.akhbar-jo.com
- **Support the Arab Revolution** على موقع الفيسبوك باللغة الإنجليزية:
- http://www.facebook.com/pages/**Support-the-Arab-**
- http://www.channel4.com/**news/arab-revolt-social-media-and-the-peoples-revolution**
- http://www.nato.int/docu/review/2011/**Social_Medias/Arab_Spring/EN/index.htm**
- مقال بعنوان:

An Arab revolution fueled by methods of the West على الموقع الآتي
- http://www.haaretz.com/print-edition/opinion/an-arab-revolution-fueled-by-methods-of-the-west-1.34007

ملامح الثقافة السياسية المرغوب فيها في الخطاب التلفزيوني العربي عبر البرامج الحوارية

أ.د.علي جبار الشمري
كلية الإعلام_ جامعة بغداد

إذا كان تايلور قد عرف الثقافة بأنها "ذلك الكل المركب الذي يشمل المعارف والعقائد والفنون والأخلاق والقوانين والعادات وأية خصال يكتسبها الإنسان نتيجة وجوده كعضو في المجتمع"، فان مفهوم الثقافة السياسية لا يخرج عن هذا الإطار، إذ تنظر دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية إلى الثقافة السياسية على أنها "مجموعة الاتجاهات والمعتقدات والقيم التي تنظم وتعطي معنى للنظام السياسي"، وهذا يعني أن الثقافة السياسية السائدة في مجتمع ما تحدد اتجاهات التنشئة السياسية في ذلك المجتمع، كما إن التنشئة السياسية في مجتمع معين تسهم في تحديد أبعاد الثقافة السياسية التي تسود ذلك المجتمع، والثقافة السياسية لأي مجتمع لا تتسم بالجمود ومن الممكن تغيير ملامح أية ثقافة سياسية بمجرد الإتيان بأفكار جديدة أو ظهور قائد جديد وعوامل أخرى كثيرة،

وبما أن الخطاب التلفزيوني لا يكتفي بنشر رسالة فقط، وإنما يسهم في تشكيل الواقع، لأنه يصدر عمن يملك تغيير الواقع، وينتج عن متحدث قاصدا متلق، ويكون المقصد اتصاليا، ويلجأ إلى استثارة الرموز في عقول ونفوس المشاهدين ليتمكن من تحقيق أهدافه، مما يتطلب توافر سمات معينة فيمن يعد خطابا تلفزيونيا تختلف عن تلك التي يتسم بها مرسل أي خطاب آخر، وكذا الحال بالنسبة للرسالة، إذ يجب أن تتوافر فيها سمات الجمال والفاعلية والوضوح، فانه يسهم إلى حد كبير في تشكل ملامح أية ثقافة سياسية جديدة.

وتعد البرامج الحوارية من أكثر البرامج التلفزيونية انتشارا ونجاحا في توصيل الرسائل الاتصالية إلى المشاهدين، فالحوار هو تبادل للآراء أو محاورة (dialogue) حيث يطرح المحاور الأسئلة على الضيف، وهو لقاء بين جملة تساؤلية وجملة جوابية مع نص اتصالي يعد بمثابة العمود الفقري لكل عمل إعلامي، والحوار مادة أساسية من مواد الإعلام المكتوب والمسموع والمرئي على حد سواء غير انه يبدو أكثر أهمية في التلفزيون، وذلك لما للأخير من مزايا، وهو فن قد يستهدف الحصول على أخبار ومعلومات جديدة أو شرح وجهة نظر معينة، وهو ليس كلاماً عرضياً أو عفوياً، إنما هو محادثة ذات هدف معروف سلفا، وهذا الهدف هو إيصال المعلومات من شخص إلى آخر أو الحصول على معلومات جديدة. لذا تعد البرامج الحوارية سبيلا مهما لنشر الثقافة السياسية عبر الخطاب التلفزيوني الذي تتبناه.

وبما أن أية قناة تلفزيونية تنطلق من منطلقات أيديولوجية ومهنية وتسعى لتحقيق سياسات وفق برامج وخطط محددة، وذلك من خلال البرامج التلفزيونية التي تقدمها، فان البرامج الحوارية تسعى إلى تحقيق هدف معين، فالفكرة أو الغاية الواضحة تعد أساسا لنجاح الحوار

في هذا البحث نحاول تقديم رؤية لملامح الثقافة السياسية المرغوب فيها في البرامج الحوارية بما يسهم في إيجاد خطاب تلفزيوني عربي من شأنه تعزيز الشعور بالهوية الوطنية لدى المشاهد، وذلك من خلال تناول مفهوم الثقافة السياسية، ماهية الخطاب والخطاب التلفزيوني، وتكنيكات البرامج الحوارية، ومن ثم تحديد ملامح الثقافة السياسية المرغوب فيها في الخطاب التلفزيوني العربي عبر البرامج الحوارية.

أولا: مفهوم الثقافة السياسية (Political culture)

قبل أن نحدد مفهوم الثقافة السياسية نشير إلى مفهوم الثقافة بمعناها العام فقد وصفها تايلور بأنها "ذلك الكل المركب الذي يشمل المعارف والعقائد والفنون والأخلاق والقوانين والعادات وأية خصال يكتسبها الإنسان نتيجة وجوده كعضو في المجتمع[1]"، ومفهوم الثقافة السياسية لا يخرج عن هذا الإطار، إذ تنظر دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية إلى الثقافة السياسية على أنها "مجموعة الاتجاهات والمعتقدات والقيم التي تنظم وتعطي معنى للنظام السياسي[2]"، وهي اصطلاح يقصد به "مجموعة القيم والمعتقدات السياسية الأساسية في أي مجتمع والتي تميزه عن غيره من المجتمعات[3]"، وفي كل نظام سياسي هناك إطار من القيم السياسية التي تفرض نوعا من الملاءمة السياسية والاجتماعية على سلوك الأفراد سواء كانوا حكاما أم محكومين، وهذه القيم تأتي نتيجة التفاعل بين الخبرة الاجتماعية والخبرة الفردية، وتنتقل من جيل إلى آخر عن طريق عملية التنشئة السياسية، وبذا فان التنشئة السياسية تتضمن الثقافة السياسية على أساس أن هذه الأخيرة تمثل مضمون وجوهر عملية التنشئة السياسية[4].

وهذا يعني أن الثقافة السياسية السائدة في مجتمع ما تحدد اتجاهات التنشئة السياسية في ذلك المجتمع، كما أن التنشئة السياسية في مجتمع معين تسهم في تحديد أبعاد الثقافة السياسية التي تسود ذلك المجتمع، والثقافة السياسية لأي مجتمع لا تتسم بالجمود ومن الممكن تغيير ملامح أية ثقافة سياسية بمجرد الإتيان بأفكار جديدة أو ظهور قائد جديد وعوامل أخرى كثيرة، ولكن استمرار الثقافة السياسية السائدة رغم هذه العوامل دليل فعالية

العملية التي تنتقل من خلالها الثقافة السياسية من جيل إلى آخر[5]، ووسائل الاتصال تعد واحدة من أهم الاقنية الفاعلة في هذه العملية.

ويحدد فيربا (Verba) القيم الأساسية التي تشكل مضمون الثقافة السياسية بما يأتي[6]:

1. الشعور بالهوية القومية، وهو أهم المعتقدات السياسية على وجه الإطلاق كونه يتعدى البعد المادي إلى المعنوي والعاطفي، لذا فان الإحساس بالهوية القومية هو العنصر الحاسم في بناء الأمة، أي أن بناء الدولة القومية يجب أن يسبقه شعور لدى أفراد الأمة بالولاء لرموز سياسية معينة.
2. المنطلقات الحكومية، وتعني كيفية أداء النظام السياسي، أي توقعات الأفراد بخصوص القرارات الحكومية، فكلما اتسع مدى الاعتقاد في شرعية الحكومة بوصفها جهازا سلطويا في صنع القرارات سادت في المجتمع قيم تؤكد الامتثال للقرارات الصادرة منها والعكس صحيح.
3. عملية صنع القرار: ففي بعض المجتمعات قد لا يكترث الأفراد بمعرفة قواعد وأساليب إعداد القرار، إذ يتركز اهتمامهم على ما سيتركه القرار عليهم من نفع أو ضرر، وفي هذه الحالة تكون المشاركة السياسية لأفراد المجتمع مفقودة، وفي مجتمعات اخرى تؤكد المعتقدات السياسية على ضرورة المشاركة السياسية للفرد في عملية صنع القرار، وليس على مجرد الإذعان له بعد صدوره.

أما مصدر الثقافة السياسية فقد حددها فيربا بمصدرين أساسيين هما[7]:

1. الخبرات غير السياسية وأثرها في السلوك السياسي للفرد، وهذه متمثلة بالأسرة والمدرسة والجماعات الرفاقية وغيرها من التنظيمات التي يمر بها الفرد في مختلف مراحل حياته.
2. اثر الخبرات السياسية التي تتجمع لدى الفرد نتيجة تعامله مع المشهد السياسي عبر وسائل الإعلام على ثقافته السياسية.

ثانيا: ماهية الخطاب والخطاب التلفزيوني (discourse Television)

يعد أفلاطون أول من قدم محاولة جادة تهدف إلى ضبط حدود مفهوم الخطاب من منظور فلسفي وشحنه بدلالته الخاصة استنادا إلى قواعد عقلية محددة[8]، لذا لا بد لنا بدأً من التطرق إلى مفهوم الخطاب بشكل عام لننطلق منه في تحديد مفهوم الخطاب التلفزيوني.

يعرف (فرديناد دي سوسير) الخطاب بأنه "أنشطة وممارسات فعلية اتصالية[9]".

ووصف (ميشيل فوكو) الخطاب بأنه "النصوص والأقوال كما تعطي بمجموع كلماتها ونظام بنائها وبنيتها المنطقية أو تنظيمها البنائي[10]".

ورأى (روبرت شولتر) إن الخطاب هو "تلك الجوانب التقويمية والتقديرية أو الاقناعية في نص ما، وهي تسمى أو تشخص أو تنقل فقط[11]".

وينظر الجابري إلى الخطاب بعدَه مقول الكاتب أو أقاويله وهو بناء من الأفكار إذا تعلق الأمر بوجهة نظر يعبر عنها تعبيرا استدلاليا، وإلا فهو أحاسيس ومشاعر، فن أو شعر يحمل وجهة نظر، أو هو هذه الوجهة من النظر مصاغة في بناء استدلالي، أي بشكل مقدمات ونتائج، فالخطاب اذا كان يعبر عن فكرة صاحبه فهو يعكس مدى قدرته على بناء الأفكار، وبعبارة أخرى انه لما كان كل بناء يخضع لقواعد معينة تجعله قادرا على أداء وظيفته، فان الخطاب يعكس كذلك مدى قدرة صاحبه على احترام تلك القواعد، أي مدى استثماره لها لتقديم وجهة نظره إلى المتلقي بالصورة التي تجعله يؤدي مهمته لدى هذا الأخير، وهي الإخبار والإقناع...الخ[12].

وعلى هذا فإننا عندما نتحدث عن فكر ما نعني منتجات هذا الفكر ونقصد بذلك مجموعة من النصوص، والنص رسالة من الكاتب إلى المتلقي فهو خطاب، والاتصال بين الكاتب والمتلقي إنما يتم عبر النص، لذا يسهم المتلقي إسهاما ضروريا في تحقيق الاتصال الكتابي عبر النص، والمعنى الذي يحمله النص هو من إنتاج الكاتب والمتلقي في آن واحد، فالكاتب يريد أن يقدم فكرة أو وجهة نظر معينة في موضوع معين، وهذا خطاب، والمتلقي يتلقى الفكرة أو وجهة النظر كما يستخلصها هو من النص وبالطريقة التي يختارها بفعل العادة أو بوعي وإرادة وهذا تأويل للخطاب وقراءة له، إذن هناك جانبان يكونان الخطاب ما يقوله الكاتب وما يقرأه المتلقي[13].

وللخطاب عدة خصائص هي[14]:

1. إن الخطاب تركيب من الجمل المنظومة على وفق نسق مخصوص من التأليف.
2. إن هدف الخطاب الإفهام والتأثير، من خلال إيصال رسالة واضحة المرمى ومؤثرة في المتلقي سواءاً كان فردا أم جماعة.
3. إن الخطاب يكون ناجحا اذا فهم المتلقي المقصد الذي ينطوي عليه، وإذا تمثل الرسالة الدلالية التي تكمن فيه، وذلك لكي تكتمل دائرة الاتصال.

والخطاب التلفزيوني مضمون معين في شكل جمل متوالية موجهة من مرسل إلى مستقبل بقصد الاتصال به، وإقناعه بمضمون رسالة أو إبلاغه بشيء ما، وهو تفاعل مباشر بين طرفي الاتصال[15] ، ولا يكتفي الخطاب التلفزيوني بنشر رسالة فقط، وإنما يسهم في تشكيل الواقع، لأنه يصدر عمن يملك تغيير الواقع، وينتج عن متحدث قاصدا متلق، ويكون المقصد اتصاليا، ويلجأ إلى استثارة الرموز في عقول ونفوس المشاهدين ليتمكن من تحقيق أهدافه، مما يتطلب توافر سمات معينة فيمن يعد خطابا تلفزيونيا تختلف عن تلك التي يتسم بها مرسل أي خطاب آخر، وكذا الحال بالنسبة للرسالة، إذ يجب أن تتوافر فيها سمات الجمال والفاعلية والوضوح، ويسري ذلك أيضا على المشاهد الذي ينبغي أن يكون على قدر من الثقافة يؤهله لفهم المعنى المقصود من الخطاب.

وعلى هذا فأن الهدف مقصد رئيس في الخطاب التلفزيوني تتمثل فيما يريده لجمهوره، فضلا عن أن له دوافع تتمثل فيما يريد انجازه لنفسه[16] ، كما إن هناك أسبابا يمثل رد فعل لها، وانه وليد المناسبة أو السبب، وهو يبث ليحقق مصالح اتصالية على وفق المواقف المختلفة.

وتحليل الخطاب التلفزيوني يمثل مجالا خاصا، وذلك لأنه يهدف إلى دراسة وتحليل النصوص للوقوف على شكله، وخصائصه، وإشاراته، ورموزه، وسماته الأسلوبية، وأدواته، أو تقنياته وآلياته ذات الفعالية في التأثير على المشاهد[17]، وليضع من خلال دراسة النصوص المختلفة ضوابط كل نوع أو نمط من هذه النصوص وتركيباتها وبنائها، والعوامل الخارجية التي يمكن أن تؤثر فيها كالموقف، والزمان والمكان اللذين بث فيهما النص، كما يهتم هذا العلم بالكشف عن وظائف النص وأهدافه، ومدى تأثيره على المشاهد.

وبما أن الخطاب الإعلامي بشكل عام هو عملية تقنيع الواقع وتصوره وفق إدراك مسبق لما يجب أن يكون، ويتم تمثله في نظام من المفاهيم والتصورات والمقترحات والمقولات التي تتميز بمنطق داخلي يحكمها بغض النظر عن طبيعته، هدفه الإقناع والاستجابة السلوكية لما يقوله ويتسم بطقوس معينة وله خصائصه وأبعاده الأسطورية[17] ، فان الخطاب التلفزيوني هو الخطاب الموجه عن قصد إلى المشاهد بقصد التأثير فيه وإقناعه بمضمون ما يتضمن أفكارا معينة، وعادة ما يلجأ القائم بالخطاب التلفزيوني إلى استثارة الرموز في عقول ونفوس المشاهدين كي يتمكن من تحقيق أهدافه[18] .

وبما أن النص يشكل جسرا تنتقل عبره الرسالة من المتحدث إلى المشاهد، إذ يتحول النص إلى عمل فني يشكل في الوقت ذاته صياغة محددة المعالم[19] ، فان الخطاب

التلفزيوني يتضمن أفكارا ومضامين أو موضوعات تربط بين الألفاظ والتراكيب، وتشكل منه بناءً متماسكا، وهذه المضامين هي التي تعمل على تماسك الخطاب، فالفكرة هي أساس الخطاب التلفزيوني[20]، والعصر الحديث يميل أكثر فأكثر إلى منح وسائل الاتصال الدور الأساس في اختيار القضايا التي يدور بشأنها نقاش الوسط السياسي، فالحياة السياسية تدور اليوم في وسائل الاتصال على صفحات الجرائد والقنوات الإذاعية وفي استوديوهات التلفزيون، وليس في البرلمان والساحات السياسية الخاصة[21].

إن أهمية الخطاب التلفزيوني بالنسبة للمواطنين في المجتمعات المعاصرة تبدو واضحة لكونهم يتعرضون اليوم وعلى نطاق واسع ومستمر لفقرات ومضامين وتعليقات لها طابع سياسي تحملها إليهم مختلف قنوات الاتصال الجماهيري، فالخطاب التلفزيوني اتصال هادف أي انه محدد بغايات مرسومة وأهداف مقصودة، إذ يتضمن الأثر المقصود من الرسالة وظيفة التأثير في الرأي العام[22]، والتثقيف السياسي، والتأثير في الاتجاهات، والتسويق السياسي، وتدعيم علاقة الولاء والتأييد بين المرسل والمستقبل[23].

ومن أهم سمات الخطاب التلفزيوني المعاصر ما يأتي[24]:

1. إن الخطاب التلفزيوني يتكون من تشكيلات ونصوص دلالية لغوية وغير لغوية ذلك أن النص في المفهوم الصحفي هو كل رسالة تؤدي إلى وظيفة.
2. يسعى الخطاب التلفزيوني إلى إيصال رسالة بأكبر قدر من الفاعلية لتحقيق ما يصبو إليه الفاعل الصحفي.
3. إن الاهتمام بالمضمون في الخطاب التلفزيوني لا يعني إهمال الجوانب الشكلية، ذلك أن لغة الخطاب التلفزيوني لا تقتصر على إيصال المضمون فحسب، بل هي غاية في ذاتها، إذ أن الشكل جزء لا يتجزأ من المضمون، يمكن من خلاله لفت انتباه المشاهد وجعله يتواصل مع الخطاب.
4. يتخذ الخطاب التلفزيوني فنونا صحفية عديدة لإيصال مضمونه، فهو قد يكون برنامجا حواريا أو تصريحا..الخ.
5. للخطاب التلفزيوني قصدية مباشرة، ذلك أن مضمونه ينطوي على أهداف مختلفة.
6. الخطاب التلفزيوني غير منغلق على نفسه، بل منفتح على غيره من الخطابات، فهو إنتاج وإعادة إنتاج لفاعل خطابات أخرى.
7. الخطاب التلفزيوني يتسم بعدم الحيادية في اللغة كونه صادر عن جهة سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية.

8. الخطاب التلفزيوني رسالة أعدت بشكل مسبق وفي إطار محدد خضعت خلالها لصياغة استدلالية منطقية على وفق قواعد معينة، ترتب على ضوئها حجج منطق الخطاب، مع الأخذ بالحسبان وضوح النص ودقته في التعبير عن الصياغة الخطابية.
9. إن المشاهد لا بد أن يستشف الهدف الذي ينطوي عليه الخطاب التلفزيوني من خلال تحليل رسالته الدلالية بهدف اكتمال عملية الاتصال.
10. بما أن الخطاب التلفزيوني يتخذ من التلفزيون وسيلة للنشر فهو خطاب مشاهد ومسموع.

ويمكن الإشارة إلى نوعين رئيسين من الخطاب التلفزيوني وهما[25]:

1. الخطاب التلفزيوني الموضوعي، وفيه يركز المتحدث اهتمامه على إيجاد الحقائق كما هي دون تضليل بالتضخيم والتحريف أو التشويه، وهناك علاقة تناسبية بين الخطاب التلفزيوني الموضوعي وطبيعة الحدث تؤثر بصورة أو أخرى على إبراز الحقيقة طبقا لرؤية القائم بالخطاب واثر ذلك على مصالحه، ومن الأمثلة على ذلك تغطية التلفزيون للأحداث السياسية كالاضطرابات والقلاقل الداخلية.
2. الخطاب التلفزيوني التضليلي، وتنصب غايته على صرف الانتباه عن عنصر الحقيقة في موضوع معين أو إخفائها عن المشاهد، ووسائله هي التلوين والرمز أو التقويم أو الاجتزاء في نقل المعلومات عن الحدث، وعن سياسة معينة في ظرف زمني محدد، وهذا النوع من الخطاب ليس إعلاما دائما بل هو إعلام مناسباتي تمليه الحاجات والظروف أكثر من كونه منهجا ثابتا، وغالبا ما تبرز الحاجة إليه إبان الأزمات السياسية وفي أوقات الحروب الداخلية أو الدولية.

ثالثا: تكنيكات البرامج الحوارية

تعد البرامج الحوارية من أكثر البرامج التلفزيونية انتشارا ونجاحا في توصيل الرسائل الاتصالية إلى المشاهدين، فالحوار هو تبادل للآراء أو محاورة(dialogue) حيث يطرح المحاور الأسئلة على الضيف[26]، وهو لقاء بين جملة تساؤلية وجملة جوابية مع نص اتصالي يعد بمثابة العمود الفقري لكل عمل إعلامي[27].

والحوار مادة أساسية من مواد الإعلام المكتوب والمسموع والمرئي على حد سواء غير انه يبدو أكثر أهمية في التلفزيون، وذلك لما للأخير من مزايا[28]، وهو فن قد يستهدف

الحصول على أخبار ومعلومات جديدة أو شرح وجهة نظر معينة[29]، وهو ليس كلاماً عرضياً أو عفوياً، إنما هو محادثة ذات هدف معروف سلفا، وهذا الهدف هو إيصال المعلومات من شخص إلى آخر أو الحصول على معلومات جديدة[30].

وبما أن أية قناة تلفزيونية تنطلق من منطلقات أيديولوجية ومهنية وتسعى لتحقيق سياسات وفق برامج وخطط محددة، وذلك من خلال البرامج التلفزيونية التي تقدمها، فان البرامج الحوارية تسعى إلى تحقيق هدف معين، فالفكرة أو الغاية الواضحة تعد أساسا لنجاح الحوار، وتحديد الهدف أو الأهداف التي يود المحاور الوصول إليها قبل اختيار الضيف، وتحديد موعد اللقاء يسهم في نجاح الحوار، فضلا عن إن طبيعة الهدف هي التي تحدد نوع الأسئلة وترسم التصورات الواضحة عن آلية إجراء الحوار[31]، وفي الغالب فان الحوار يهدف إلى ما يأتي[32]:

1. **إبداء الرأي:** وهذا لا يقتصر على رأي الشخصيات المعروفة على الصعيد السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي حسب، بل يشمل أيضا أفراد الجمهور لإبداء آرائهم إزاء مختلف الموضوعات السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية.
2. **تزويد المشاهدين بالمعلومات:** يهدف الحوار إلى تزويد المشاهدين بمعلومات جديدة بشأن موضوع ما، ربما لأهميته السياسية أو الاقتصادية أو الصحية أو غير ذلك من الموضوعات التي ترى القناة التلفزيونية إنها تحظى باهتمام مشاهديها .
3. **التثقيف:** يتركز هدف الحوار على تنوير عقول المشاهدين وتزويدهم بالمعلومات الثقافية في مختلف المجالات.
4. **الترفيه:** يهدف الحوار إلى ترفيه المشاهدين وإحداث ألفة اتصالية بينهم وبين الضيف والذي عادة ما يكون شخصية تحظى باهتمام جماهيري كبير .

وعلى الرغم من تنوع الحوارات التلفزيونية واختلافها من حيث القالب الفني أو الشكل وطريقة إدارتها في ضوء فكرة الحوار وطبيعة موضوعه أو القضية أو الحدث أو الشخصية التي يتناولها، فان إجراء حوار إثر حدث أو واقعة مفاجئة، يختلف عن الحوار الذي يعد له مسبقا، ورغم اختلاف الحوارات من حيث الشكل والمضمون، إلا أنها تستلزم توافر مجموعة عناصر هي:

1. **موضوع الحوار:** لا يكفي أن يكون موضوع الحوار مرتبطا بالأحداث الجارية، بل يجب أن يحظى هذا الموضوع باهتمام المشاهدين، وكلما كان موضوع الحوار

مرتبطا بأحداث الزمن الذي يبث فيه كلما نجح في جذب اهتمام اكبر عدد من المشاهدين[33]، كما إن تحديد فكرة أو موضوع لإجراء حوار تلفزيوني مسألة تخضع لاعتبارات عديدة هي[34]:

- أن تكون فكرة الحوار التلفزيوني أو مجموعة الأفكار التي يتناولها جديدة ومبتكرة .
- أن تكون الفكرة قابلة للتنفيذ كبرنامج حواري .
- أن تنسجم فكرة الحوار التلفزيوني مع سياسة القناة .

2. **المحاور**: لا شك أن نجاح الحوار يتوقف إلى حد كبير على شخصية المحاور، لذا يجب أن يمتلك مهارة التحدث، وهذه تعتمد في المقام الأول على حصيلته اللغوية وإمكانياته الفكرية والثقافية، كما يجب أن يمتلك مهارة الإنصات والتركيز على إجابات الضيف وكلامه حتى يتمكن من التقاط الأفكار التي تثري الموضوع وتجلب انتباه المشاهدين وتثير اهتمامهم مع ضرورة أن يتحلى المحاور بالهدوء والموضوعية[35].

وتشير اللجنة الدولية للصحافة الحرة إلى أن نجاح أو فشل الحوار يتوقف أولاً على المحاور ذاته، وتؤكد بهذا الصدد على ضرورة الالتزام بعدة معالم رئيسة لا غنى عنها لمن يود الإعداد الأمثل لمقابلة تلفزيونية وهي[36]:

- عليه أن يطلع على كل ما كتبه أو قاله الشخص الذي سيجري معه الحوار التلفزيوني .
- عليه أن يعرف كل ما كُتب حول الشخص الذي سيجري معه الحوار التلفزيوني .
- عليه أن يقرأ كل ماله علاقة بالموضوع الذي سيطرحه أثناء الحوار، وكذلك كل ما كُتب بشان ذلك الموضوع .
- إعداد الأسئلة المحتمل طرحها في سياق الحوار وصياغتها بشكل واضح .

3. **الضيف**: أن معرفة هدف الحوار هو مفتاح تحديد الضيف، واختياره يتوقف على مقدار ما يقدمه للمشاهدين من معلومات بشأن موضوع الحوار[37].
4. **أسئلة الحوار**: الأسئلة هي سبيل المحاور للحصول على المعلومات أو الأفكار أو الإيضاحات التي تكفل تحقيق الهدف من الحوار، وهي تحدد اتجاه الحوار والطريق الذي يسير فيه تحقيقا لأهدافه، وتشير الأدبيات إلى عدة أنواع من الأسئلة، وكما يأتي[38]:

- أنواع الأسئلة على وفق الموضوع: ومهمة السؤال هنا أن يوجه عملية التفكير عند الشخصية وعند المشاهد نحو مضامين جديدة، ومن أمثلتها سؤال الرأي وسؤال الدافع .
- أنواع الأسئلة على وفق الدور الذي يلعبه السؤال في الحوار: ومنها السؤال التمهيدي والسؤال الرئيس، وسؤال المتابعة، والسؤال الإضافي .
- أنواع الأسئلة على وفق طريقة وأسلوب الصياغة: وتتحدد بنوعين هما الأسئلة المفتوحة والأسئلة المغلقة .
- أنواع الأسئلة على وفق الأهمية: فهناك الأسئلة الفرعية التي تبحث عن معلومات غير مهمة أو تفصيلية، وهناك الأسئلة الرئيسة التي تتعلق بجوانب جوهرية من الموضوع أو الحدث.

وعادة ما تتضمن الحوارات التلفزيونية المجموعات الآتية من الأسئلة[39]:

- مجموعة الأسئلة الاستهلالية .
- مجموعة الأسئلة الأساسية (الجوهرية).
- مجموعة الأسئلة المعلوماتية (أسئلة المعلومات).
- مجموعة الأسئلة التفسيرية.
- مجموعة الأسئلة الاستدراجية.
- مجموعة الأسئلة الترويحية.

وبذا فان نجاح الحوار التلفزيوني يتوقف بدرجة عالية على نوع الأسئلة وطريقة طرحها، إذ أن الإجابات الجيدة تنتج عن أسئلة جيدة، والإجابات الرديئة لا تنتج إلا عن أسئلة رديئة، لذا فان من المهم والضروري أن يلم المحاور بالأسس والمعايير الفنية لإجراء الحوار بصفة عامة، وإعداد وصياغة أسئلة الحوار بصفة خاصة، ومنها[40]:

- أن يكون لكل سؤال هدف.
- تجنب الأسئلة التي تتطلب إجابات طويلة جدا.
- من المفيد تجنب الأسئلة الطويلة أو المركبة التي تتضمن أكثر من فكرة واحدة.
- أن تتناسب الأسئلة مع وقت البرنامج، وأفضلها الأسئلة التي تشبع تساؤلات المشاهدين .
- تجنب الأسئلة الإيحائية ما أمكن ذلك فربما يظن الضيف أن المحاور يفرض عليه إجابة ما .

- تجنب الأسئلة الافتراضية، أي تلك التي تفترض أمرا أو سلوكا معينا .
- عدم طرح الأسئلة بطريقة متتابعة غير مرتبطة بما جاء في إجابات الضيف .
- تجنب المقدمة الطويلة قبل طرح السؤال .
- اللجوء إلى الأسئلة المغلقة التي يجيب عليها الضيف ب(نعم) أو (لا) لتكون منطلقا لمتابعة الحوار في اتجاه معين .
- على المحاور أن يطرح الأسئلة ارتجالا ولا يقرأها من ورقة .

5. **وقت الحوار:** لضمان نجاح الحوار ينبغي اختيار الوقت المناسب على وفق ظروف الحوار، فمن المهم أن يكون الضيف غير مرهق عصبيا أو بدنيا[41]، كما إن عملية اختيار الوقت المناسب لا تقتصر على الوقت المحدد والمطلوب لإجراء الحوار، بل يتعدى ذلك إلى الوقت المناسب لبث الحوار، ذلك إن من أهم عوامل نجاح الحوار هو الوقت المخصص لبثه[42]، فضلا عن أن عملية اختيار الوقت المناسب لبث البرنامج الحواري يجب أن تأخذ بنظر الاعتبار طبيعة تعرض المشاهدين لوسائل الاتصال الأخرى.

6. **مكان إجراء الحوار:** من العناصر الأساسية في إنتاج الحوار التلفزيوني تحديد مكان إجرائه وتسجيله أو بثه على الهواء، وسواء أكان إجراء الحوار داخل الاستوديو أو خارجه، فان على المحاور أن يتأكد من صلاحية المكان للتسجيل لضمان تحقيق الجودة الفنية[43]، وهناك عدة طرق لإجراء الحوار فإما أن يتم عن طريق اللقاء المباشر، وأما أن يتم عبر الهاتف، أو عبر الأقمار الاصطناعية، وأفضلها اللقاء المباشر، لأنه يؤمن للحوار ثلاث نقاط أساسية هي[44]:

- يسمح للمحاور ملاحظة مختلف حركات وانفعالات وتصرفات الضيف، ما يسهم في إعطاء مؤشرات للمحاور بشأن كيفية استئناف التعامل معه من ناحية، وتضفي جوا اتصاليا ساخنا على الحوار من ناحية أخرى .
- يؤمن للمحاور القدرة على التحكم بآلية دفع الضيف وتشجيعه لمزيد من الحديث، وإيجاد نوع من الثقة المبدئية بينهما، كما انه يمكن المحاور من القدرة على التحكم بنهاية الحوار.
- عادة ما يخصص وقت أطول للحوار عبر اللقاء المباشر، وكلما طال الوقت حصل المشاهد على معلومات وآراء أكثر.

7. **لغة الحوار:** تعد اللغة من صميم عناصر الحوار التلفزيوني وبدونها لا يمكن إجراء الحوار، فاللغة هي الوعاء الذي يحوي معاني الرسالة وأداة فهمها في الوقت نفسه، ويرى المهتمون بالاتصال الإنساني أن اللغة هي كل فهم منظم ثابت يعبر به الإنسان عن

فكرة تجول بخاطره أو إحساس يجيش بصدره، وعلى ذلك فان التعبير بالصورة والموسيقى والحركة واللون يصبح لغة اذا حقق الإنسان هدفه في نقل أحاسيسه وأفكاره إلى غيره[45]، وهي تحمل جانبين احدهما لفظي ويطلق عليه اللغة اللفظية (verbal language) وثانيهما غير لفظي ويطلق عليه اللغة غير اللفظية (non-verbal language)[46]، ويمثل الأول في الحوار التلفزيوني اللغة المنطوقة، بينما يمثل الثاني الحركات والإشارات والإيماءات، لذا يستعين الحوار التلفزيوني باللغة اللفظية وغير اللفظية معا إلا أن اللفظ يحظى بحيز كبير في الغالب[47].

8. **الوسيلة:** ونعني بها هنا التلفزيون، فالمحاور الناجح يستفيد من خصائص التلفزيون ويعكسها على المحتوى الذي يقدم من خلاله، ولا سيما وان ظروف التعرض للحوارات التي تقدم عبر التلفاز تختلف عن ظروف التعرض للحوارات الصحفية التي تنشر في الجريدة أو المجلة أو تلك التي تبث من خلال الإذاعة، فعلاقة المحاور بالوسيلة هي علاقة ذات وجهتين، فهي من جهة تمكنه من الوصول إلى جمهور واسع ومتنوع، ومن جهة ثانية هو جمهور تتنافس عليه وسائل اتصال أخرى، لذا يكون الاهتمام بالحوارات التلفزيونية من حيث الشكل والمحتوى بما يؤدي إلى جلب انتباه المشاهدين وإثارة اهتمامهم، والحوارات الناجحة هي التي تستفيد من خصائص التلفاز كوسيلة اتصالية فاعلة[48].

وهناك مجموعة من الخصائص التي ينبغي أن يشتمل كل حوار تلفزيوني عليها هي[49]:

- **حيوية الحوار:** يجب أن يتسم الحوار بالحيوية لكي يجذب المشاهدين ويحظى باهتمامهم.
- **وضوح الحوار:** ينبغي أن يكون موضوع الحوار واضحا يسهل فهمه وإدراكه.
- **التركيز في الحوار:** يجب أن يركز الحوار على الفكرة الأساسية للموضوع المطروح، وهذا من شانه مساعدة المحاور على طرح الأفكار بتسلسل منطقي، ومساعدة المشاهد على متابعة الحوار.
- **وحدة الحوار:** من المهم أن يكون الحوار التلفزيوني مرتبطا ببعضه ومترابطا بالنسبة لمادته وأفكاره وطريقة عرضه.
- **التنوع في الحوار:** ونعني به التنوع في طريقة طرح الأسئلة ونوعها واستخدام الأساليب المختلفة للتعبير عن فكرة واحدة أو موضوع ما بما يضمن كسر جمود الحوار وشد المشاهدين إليه.

- **التماسك في الحوار**: يجب أن يكون البرنامج الحواري متماسكا ومترابطا بعضه ببعض، ينتقل بانسياب ومرونة من فكرة إلى أخرى، بشكل يدعم موضوع الحوار .
- **الإيجاز في الحوار**: المقصود بالإيجاز استخدام الجمل القصيرة لكي يستوعب المشاهد المعنى المقصود في يسر وسهولة، ويدخل في هذا تجنب التكرار الممل، وتجنب استخدام الجمل الطويلة والمعاني المتشعبة التي تشتت ذهن المشاهد وتباعد بينه وبين المعنى أو الهدف المقصود.

رابعا : ملامح الثقافة السياسية المرغوب فيها في الخطاب التلفزيوني العربي عبر البرامج الحوارية

بما أن الخطاب التلفزيوني للدول يعبر بالضرورة عن فكرها وفلسفتها وأيديولوجيتها، فانه سبيل الجماهير إلى معرفة ما يدور داخل الحلقة السياسية، فضلا عن أن هذا الخطاب يعكس وضعية أية دولة ودرجة تطورها واتجاهات قيادييها ورؤيتهم لمتطلبات تماسك الدولة وارتقائها، لذا يجب أن تتحدد ملامح الثقافة السياسية في الخطاب التلفزيوني العربي عبر البرامج الحوارية وغيرها من أنواع البرامج بجملة مبادئ من شأنها أن تعزز الشعور بالهوية الوطنية وتنشر ثقافة الديمقراطية والأمل بالمستقبل وهي:

1. دعم التنمية الوطنية والاقتصادية والاجتماعية، إذ تسهم البرامج الحوارية بمهمة كبيرة في التنمية، وذلك بتزويد الجمهور بالمعلومات عن المستجدات في المجالات كافة.
2. التنمية السياسية من خلال التثقيف السياسي والتنشئة السياسية والإعلام السياسي ذات الطابع الشمولي على المستوى النظري والتطبيقي، والإقليمي والعالمي، وذلك بهدف حث الجمهور على المشاركة السياسية.
3. التوعية الوطنية فمن وظائف الخطاب التلفزيوني عبر البرامج الحوارية قيامه بدور يعتد به في اتجاه تعزيز الوعي الوطني عند الجمهور.
4. التأثير على اتجاهات الرأي العام المحلي والإقليمي والعالمي.
5. نقل الأفكار والمعلومات المتباينة بحيادية عبر البرامج الحوارية إلى الجمهور.
6. يشرف الخطاب التلفزيوني الحديث عبر البرامج الحوارية في جانب كبير منه على عملية التربية الفكرية السليمة للجمهور وتدريبهم العقلي على إصدار الأحكام السليمة في المواقف التي تتطلب ذلك.

7. إن يعمل الخطاب التلفزيوني عبر البرامج الحوارية على الترويج للخطاب السياسي المعتدل.
8. خلق رأي عام وإمداده بالقدرة على ذلك من خلال عرض الحقائق كافة أمام الجمهور وتزويده بالمعلومات والأخبار الصحيحة والدقيقة، وبذلك نضمن قدرة الجمهور على تكوين رأي عام صائب تجاه الموضوعات والقضايا المثارة والمطروحة.
9. حث الجمهور على الانتماء الوطني والولاء القومي، وهذا موضوع في غاية الأهمية من موضوعات السياسة الإعلامية على المستوى القومي.
10. ملاحقة التطورات السياسية والتكيف معها، فضلا عن التطور في المعتقدات ويرتبط التحديث ببناء الأمة كوظيفة للسياسة العامة، هذا البناء جزء من عملية التغيير للوصول في النهاية إلى المجتمع السياسي الحديث.

المصادر والمراجع

1. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد الثالث (القاهرة دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003) ص902
2. Political culture, In: International Encyclopedia Of The Social Sciences, Vol. 13, P.210.
3. Pye, Lucian, Political culture and Political Development, In: Pye, Lucian and Verba, eds, Political culture and Political Development ,(New Jersey, Prineeton Univ, Press, 1965,P,7.
4. Ibid, P.7
5. إريك روى، مقدمة في دراسة السلوك والمؤسسات، ترجمة وتعليق: عبد الهادي الجوهري، (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، 1985) ص 34،33
6. Sidney Verba, Comparative Political culture, In: Pye, Lucian and Verba, eds, Op.Cit, P.529-542
7. Ibid, P.551-553
8. عبد الله إبراهيم، إشكالية المصطلح النقدي: الخطاب والنص، مجلة آفاق عربية، بغداد، السنة الثامنة عشرة، آذار، 1993، ص59
9. عبد الستار جواد، اللغة الإعلامية، دراسة في صناعة النصوص الإعلامية وتحليلها (عمان: منشورات دار الهلال للترجمة، 1998) ص70
10. ميشيل فوكو، حفريات المعرفة، ترجمة: سالم يفوت، ط2 (الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي، 1987) ص31
11. روبرت شولتر: السيمياء والتأويل، ترجمة: سعيد الغانمي (بيروت: المركز الثقافي، 1993) ص48
12. محمد عابد الجابري، الخطاب العربي المعاصر: دراسة تحليلية نقدية، ط6 (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1999) ص10
13. المصدر نفسه، ص10
14. عبد الله إبراهيم، مصدر سابق، ص62
15. محمود عكاشة، لغة الخطاب السياسي: دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الاتصال (القاهرة: دار النشر للجامعات، 2005) ص40
16. هادي نعمان إلهيتي، الاتصال الجماهيري: المنظور الجديد(بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، 1998) ص27
17. فان دايك: النص والسياق، استقصاء البحث في الخطاب الدلالي والتداولي، ترجمة: عبد القادر قنيني (بيروت: أفريقيا الشرق، 2000) ص18
18. حميدة سميسم، الخطاب الإعلامي العراقي بين النظرية والتطبيق، وقائع المؤتمر القطري الأول للإعلام للفترة من 21- 22 تشرين الأول 2001، جامعة بغداد، كلية الآداب، قسم الإعلام، ص7

19. محمد محمد داود، اللغة والسياسة في عالم ما بعد 11 سبتمبر (القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2003) ص25
20. محمد برقان، الخطاب الحجاجي والاتصال: مقاربة تداولية، مجلة كتابات معاصرة، بيروت، العدد 58، تشرين الثاني- كانون الثاني/ 2005، ص73
21. محمود عكاشة، مصدر سابق، ص46
22. مي العبد الله السنو، الاتصال والديمقراطية: الفضائيات والحرب الإعلامية، ط2 (لبنان: دار النهضة العربية للنشر، 2005) ص12
23. محمد بن سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي (الرياض: مكتبة العبيكان، 1997) ص19.
24. بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات (القاهرة: زهراء الشرق، 1997) ص26- 27
25. جليل وادي حمود، الخطاب الإعلامي وإدارة الأزمة السياسية الدولية، اطروحة دكتوراه، جامعة بغداد، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2000، ص50
26. محمد حمدان المصالحة، الاتصال السياسي: مقترب نظري– تطبيقي، ط2(عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2002) ص68- 69
27. عبد الله محمد زلطة، الكتابة للراديو والتلفزيون، ط3 (القاهرة: دار الفكر العربي، 2005) ص133
28. نسيم الخوري، فنون الإعلام والطاقة الاتصالية (بيروت: دار المنهل اللبناني، 2005) ص150
29. روبرت ايل . هليارد، الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة، ترجمة: مؤيد حسن فوزي (العين: دار الكتاب الجامعي، 2003) ص251
30. فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، ط2 (القاهرة: عالم الكتب، 1983) ص14،13
31. والترفانرايك بنجهام، الأساليب الأساسية للمقابلة، ترجمة: حقي إسماعيل حقي، ط2 (بغداد: مطبعة التوجيه السياسي، 1976) ص8
32. جان جبران كرم، مدخل إلى لغة الإعلام، ط2 (بيروت: دار الجيل، 1992) ص63.
33. فلاح المحنة، سؤدد القادري، الفنون الإذاعية والتلفزيونية (الموصل: دار الحكمة للطباعة والنشر، 1990) ص229
34. يوسف مرزوق، المدخل إلى حرفية الفن الإذاعي (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، بدون تاريخ) ص99
35. السيد احمد مصطفى عمر، الكتابة والتحرير الصحفي: رؤية جديدة (دبي: دار القلم، 2004) ص 222،223
36. محمد معوض إبراهيم (برامج الحوار في القنوات الفضائية: ظاهرة تحتاج الى علاج) مجلة الإذاعات العربية، العدد 3، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، 2002، ص15

37. محمد الدروبي، الصحافة والصحفي المعاصر (عمان: دار الفارس للنشر والتوزيع، 1996) ص236
38. محمد مرعي، الأشكال الإذاعية المتقدمة على الصعيد الدولي، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، العدد45 تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، 2000، ص43
39. محمد معوض، مرجع سابق، ص15
40. كارول ريتش، كتابة الأخبار والتقارير الصحفية، ترجمة: عبد الستار جواد (العين: دار الكتاب الجامعي، 2002) ص 178
41. محمود ادهم، دراسات في فن الحديث الصحفي (القاهرة: دار نشر الثقافة، 1982) ص171
42. عبد الدائم عمر الحسن، إنتاج البرامج التلفزيونية (القاهرة: الدار القومية العربية للثقافة والنشر، 2003) ص290
43. محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة (القاهرة: دار الفجر، 2000) ص209
44. استراتيجيات الإعلام والتعليم والاتصال في المجال الصحفي (عمان: اليونيسيف، 1995) ص207
45. محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص209
46. محمد الدروبي، مرجع سابق، ص241
47. حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998) ص25
48. هادي نعمان الهيتي، اللغة في عملية الاتصال الجماهيري(بغداد: دار السامر للطباعة، 1997) ص8
49. عبد الله الطويرقي، علم الاتصال المعاصر، ط2(الرياض: مكتبة العبيكان، 1997) ص79
50. بركات عبد العزيز، اتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية: اصول الاحتراف ومهارات التطبيق (القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2000) ص135،134
51. كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون (جدة: دار الشروق، 1987) ص36

استخدامات الشباب الأردني لإذاعات (إف إم) والإشباعات المتحققة منها

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعتي اليرموك وإربد الأهلية

د. حاتم سليم العلاونة

جامعة اليرموك

كلية الإعلام

قسم الصحافة

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب الأردني لإذاعات FM والإشباعات المتحققة منها، باستخدام منهج المسح الإعلامي على عينة من طلبة جامعتي اليرموك وإربد الأهلية.

وكان أبرز نتائج الدراسة ما يلي:

- إن الغالبية العظمى من الشباب يستمعون إلى إذاعات FM، وإن الفترة الصباحية من أكثر الفترات استماعاً.
- أوضحت النتائج أن دافع التسلية وقضاء وقت الفراغ يعد من أهم دوافع التعرض لإذاعات FM، مما يؤكد دور هذه الإذاعات في إشباع رغبات الشباب الترفيهية.
- أكدت النتائج أن برامج الأغاني والموسيقى كانت في مقدمة البرامج التي يفضلها الشباب، فيما احتلت البرامج الاقتصادية والتاريخية مراتب متأخرة.
- دلت النتائج أن لإذاعات FM أهمية كبيرة في تلبية احتياجات الشباب الأردني في العديد من المجالات.

مقدمة:

شكلت إذاعات FM المجتمعية خلال السنوات القليلة الماضية ظاهرة إعلامية غير مسبوقة في الأردن، وذلك لأن القوانين والتشريعات لم تكن تسمح بإنشاء إذاعات خاصة، حيث إن الإذاعة الأردنية التي انطلقت عام (1995) استمرت تحتكر الأثير لمدة تزيد عن (50) سنة. إلا أن الحاجة أصبحت ماسة إلى التعدد في الإذاعات في ظل الانفتاح الديمقراطي والإعلامي الذي يشهده الأردن، وخاصة مع بداية الألفية الثالثة، وتوجه الحكومة نحو خصخصة وسائل الإعلام المرئية والمسموعة، وذلك من خلال إقرارها قانون المرئي والمسموع في عام (2002)، الأمر الذي أدى إلى إحداث تغيير نوعي وكمي في المشهد الإعلامي الأردني بافتتاح العديد من محطات FM، بدأت بإذاعة (النوارس) في شهر آب من عام (2004) كأول محطة إذاعية خاصة، تلتها إذاعة (عمان نت) في (2005) التي تحولت بعد ذلك إلى إذاعة (البلد)، إلى أن وصل عددها حاليا إلى أكثر من (40) إذاعة خاصة.

وتنطلق فلسفة إذاعات FMالمجتمعية من خدمة جمهور المستمعين في البيئة المحلية التي تبث في نطاقها، ومعالجة القضايا والمشاكل الخاصة بهذه البيئة، وتقديم الخدمات ونشر الوعي بجوانبه

المختلفة (المرسي، 1998، ص273)، لأن الإذاعات المجتمعية تنتمي إلى الصحافة الإذاعية، وأكثرها شعبية وقرباً للناس سواء في البيت أو المصنع أو المزرعة أو الطريق (الشيخ، 2000، ص9) لأنها تخاطب المتعلم والأمي وتنقل الثقافة والعلم والفن والترفيه.

إن وجود إذاعات محلية من شأنه الإسهام في توجيه وتثقيف المجتمع المحلي، وتناول قضاياه وهمومه اليومية، وتقديم المعلومات والمعارف، وإيجاد تصور ورؤية مشتركة بين المواطنين، وإبراز الشؤون المحلية، والمساهمة في التنمية المجتمعية والثقافية والخدمية، والسماح للمواطن بالتعبير عن رأيه وإبراز صوته، بحيث يمكن القول إنها سدّت النقص الذي كان يعاني منه المواطن في استقاء المعلومات، وأوجدت بدائل لمصادر المعلومات، خاصة وأن المستمع الأردني لم يكم أمامه سوى الاستماع للإذاعة الأردنية الرسمية.

ويرى مكاوي (2008, ص53) أن تزايد التوجه نحو استخدام إذاعات FM يؤدي إلى زيادة التوجه نحو مخاطبة أعداد أقل من الجماهير ذات الخصائص المتجانسة، وإتاحة القدرة على تحقيق الاتصال التفاعلي، وزيادة التركيز على الأشكال الإذاعية الخفيفة ذات الإيقاع السريع، والبرامج التي تعتمد على المشاركة الجماهيرية في طرح الأفكار وابتكار الحلول للمشكلات القائمة، وعرض المواهب والهوايات، وتقديم الاستشارات القانونية والصحية والتعليمية والبيئية.

وتشير صبري وعبد (2008، ص ص 108- 110) إلى أن هذه الإذاعات أحدثت العديد من التغييرات الإيجابية في العمل الإذاعي وتأثيراته المجتمعية. من أبرزها:

1. تقديم أشكال إذاعية متطورة في الشكل والمضمون.
2. الإيقاع العصري السريع.
3. التحدث بلغة قريبة من الناس.
4. الروح الشبابية.
5. إتاحة الفرصة لمشاركة الجمهور.
6. استغلال الإمكانات التكنولوجية الحديثة.
7. حرية تناول الموضوعات المختلفة.
8. التحرر من القيود الإدارية.
9. المساهمة في إيجابية المستمع، وذلك من خلال إحساس المستمعين بأهمية آرائهم.

وحتى تواصل الإذاعة تأدية دورها المحوري في حياة المستمع، وتساهم في مسيرة التنمية، ونشر ثقافة المشاركة والحوار والنقاش والتسلية والترفيه، فإن المشهد الإذاعي اليوم يتميز بالاتجاه نحو خدمة المستمع أكثر مما كان عليه سابقاً، مما ساهم في زيادة انتشار محطات FM، وأدى إلى ازدياد المنافسة لجذب المستمعين إليها (زعموم وبو معيزة، 2007، ص8- 9) حتى وصل عددها إلى (346) محطة راديو FM في (18) دولة عربية، يتركز معظمها في العراق ولبنان وفلسطين والأردن (المرشدون العرب، 2009).

وكان من أهم نتائج موجة إذاعات FM للبث والاستقبال تعدد القنوات الإذاعية المحلية التي تعنى بمنطقة دون أخرى(شلبي، 2009، ص59).

وعلى الرغم أن الإذاعة أضحت اليوم تعيش في مناخ تنافسي حاد يتسم بغزارة الوسائل الإعلامية. وفي محيط يتميز بكثافة مذهلة للوسائل التكنولوجية الحديثة، فإنها تبقى قادرة في الحاضر والمستقبل على الصمود والديمومة، لأنها وسيلة الاتصال الأقرب إلى الناس، ولقدرتها على تحقيق الاتصال التفاعلي. من خلال وسائل الاتصال الحديثة القائمة على البث الرقمي، والبث على الإنترنت، بحيث وصل عددها على شبكة الإنترنت ما يزيد عن (1200) محطة إذاعية، كان أولها محطة إذاعية أمريكية بدأت البث في عام (1994)، وهي تتزايد بشكل يومي. لأن إمكانات البث على هذه الشبكة سهلة وميسرة (بشير، 2009، ص15). كما استفادت الإذاعة كثيراً من التطورات المتسارعة في مجال تكنولوجيا الاتصال، وانعكست هذه التطورات على الإذاعة في العديد من الجوانب هي (مكاوي، 2009، ص49):

1. وجود قنوات الإذاعة عبر الفضائيات التلفزيونية.
2. الراديو الرقمي الأرضي.
3. الراديو الرقمي الفضائي.
4. أجهزة الاستقبال الإذاعي الحديثة.

إن الكم الهائل من إذاعات FM محلياً وعربياً وعالمياً، يطرح العديد من التساؤلات حول كثرتها ومدى حاجة المستمعين إليها، وحول أهدافها والرسائل التي تقدمها. الأمر الذي يعني أن هذا القطاع يحتاج إلى عملية تنظيمية، تأخذ بعين الاعتبار الحاجة إلى نظام عادل يكفل منافسة حرة وحقاً متساوياً للحصول على حصة مناسبة من الإعلانات التجارية، لأن استمرار الوضع على حاله من شأنه استجلاب الفساد وجني المال لفئات محددة، تحت غطاء إذاعة الخدمة العامة، لا سيما أن قانون المرئي والمسموع الأردني يشجع على إنشاء المحطات الترفيهية بدلاً من المحطات التي تهتم في القضايا المحلية.

وعلى الرغم من الإيجابيات المتعددة التي نجمت عن إذاعات FM، إلا أن هناك من يرى أنها أفرزت أيضاً العديد من الجوانب السلبية في المشهد الإعلامي، ومن أبرز هذه السلبيات (صبري وعبد، ص105 – 107):

1. السعي وراء الربح.
2. كثرة الإعلانات.
3. سطحية بعض المضامين.
4. الاهتمام بفئات دون أخرى.
5. نشر الثقافة الاستهلاكية.
6. تغييب دور الشباب من خلال التركيز على الجوانب الترفيهية.
7. انتهاك حقوق الملكية الفكرية.
8. غياب الهوية.
9. التأثير السلبي على اللغة.

الدراسات السابقة:

قام الباحث بمسح التراث العلمي السابق المتعلق بالاستخدامات والإشباعات التي تحققها الإذاعات لجمهور المستمعين، وعلى الرغم من قلة الدراسات التي تعنى بموضوع الدراسة، إلا أن الباحث قد تمكن من رصد الدراسات التالية:-

1. <u>دراسة الشريف (2010) وعنوانها: "استخدامات المسنين لإذاعة الكبار المتخصصة والإشباعات المتحققة".</u> هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استماع المسنين لإذاعة الكبار، والتعرف على أهم القضايا التي تعرضها هذه الإذاعة والموضوعات التي تحظى باهتمام المسنين، ودوافع استماعهم لها والإشباعات المتحققة منها، بالاعتماد على منهج المسح بالعينة التي بلغ قوامها (400) مفردة موزعة على محافظات القاهرة والجيزة والقليوبية.

وكشفت الدراسة أن أكثر المضامين التي يستمع إليها المسنون في إذاعة الكبار هي البرامج الدينية، تلاها البرامج الصحية ثم برامج المنوعات. وتمثلت أهم دوافعهم للاستماع باكتساب معلومات تهمهم، وشغل وقت الفراغ، والاستفادة من تجارب الآخرين، والتخلص من الوحدة والعزلة ثم معرفة الأحداث الجارية. وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث لصالح الإناث فيما يتعلق بالعديد من الدوافع.

وأوضحت الدراسة أن أهم الإشباعات المتحققة تمثلت باسترجاع الذكريات ومعرفة معلومات تهم المسن، والحصول على الألفة والصحبة، والشعور بأن هناك من يهتم بمشاكل المسن والتخلص من العزلة.

2. دراسة السلعوس (2009) وعنوانها " برنامج "بصراحة مع الوكيل" همزة وصل بين المواطن والمسؤول ". أظهرت هذه الدراسة أن ما نسبته (43.5٪) من أفراد العينة يعتبرون أن الدافع الأساسي للاستماع لهذا البرنامج يتمثل في التعرف على مشكلات المواطنين، في حين أن ما نسبته (32.6٪) يستمعون بهدف التسلية، تلاها دافع الاستماع الممثل برغبة أفراد العينة في سماع الحوار الذي يجري بين المواطن والمسؤول على الهواء مباشرة بنسبة (14.5٪).

وأشارت الدراسة إلى ملاءمة البرنامج للأغلبية الساحقة من أفراد العينة، ورأى ما نسبته (91.3٪) أن الوقت المخصص لبث البرنامج يكفي لمناقشة المشكلات التي تطرح لإيجاد الحلول، في حين رأى ما نسبته (8.7٪) عكس ذلك، وهذا يعني أنهم أكثر اهتماماً ورغبة في أن يكون الوقت المخصص لإذاعة البرنامج أطول مما هو عليه. وبينت الدراسة ثقة المستمعين بقدرة البرنامج على حل المشكلات، لما يعكسه من جدية عالية في الحوار، على الرغم من عدم طرح مشكلات شخصية في البرنامج لأفراد العينة.

وأظهرت الدراسة كذلك ثقة المستمعين بالمذيع، وما يتمتع به من شخصية مؤثرة وإيجابية ومصداقيه في متابعة الإتصال مع المسؤولين المناسبين للحوار، وبمنحه المستمع الوقت الكافي لشرح قضيته بصورة واضحه ومفهومه، تمكن المسؤول من الإجابة وإيجاد الحلول.

3. دراسة صبري وعبد (2008) وعنوانها: " مكانة الإذاعات الحكومية ودورها في ظل منافسة الإذاعات الخاصة ". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير وانتشار الإذاعات الخاصة على مكانة الإذاعات الحكومية، والتعرف على علاقة الجمهور بالإذاعات الحكومية والإذاعات الخاصة، وعادات وأنماط تعرضه لهما، والوقوف على جوانب القوة والضعف في كل من الإذاعات الخاصة والحكومية، وذلك من خلال منهج المسح على عينة من جمهور المستمعين والقائمين بالإتصال في كل من القاهرة وتونس والكويت.

وخلصت الدراسة بأنه وعلى الرغم من أهمية الأدوار التي تقوم بها الإذاعات الحكومية وحيوية هذه الأدوار، فإنها تعاني من بعض المشكلات في النواحي الإدارية والتحريرية والفنية، التي قد تعوقها عن القيام بالأدوار المنوطة بها بكفاءة وفاعلية، ويعرضها للمنافسة الشديدة من قبل الوسائل الأخرى وخاصة الإذاعات الخاصة.

وأكدت الدراسة أن الإذاعات الخاصة بدأت بالإنتشار المتزايد والمتسارع في مختلف الدول العربية، لأنها تسعى في المقام الأول إلى تحقيق الربح، لذلك فإنها تستغل مختلف الوسائل التكنولوجية الحديثة، والأساليب التجارية من أجل إرضاء المستمعين.

4. **دراسة الفيتوري صالح السطى، 2007 وعنوانها " الإذاعات المحلية والتنشئة السياسية في ليبيا " دراسة حالة إذاعات سرت المحلية 2000- 2004**. هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أهم البرامج وأنسب الأوقات بالنسبة للمستمعين، ومعرفة اتجاهات وميول الجمهور لإبداء الملاحظات حول المادة السياسية التي تبثها إذاعة سرت المحلية. كما هدفت إلى التعرف على مدى إسهام الإذاعات المحلية (المسموعة) في تنشئة الجيل سياسياً.

وأظهرت النتائج أن ما نسبته (97.34٪) يستمعون إلى الإذاعة، وأن أفضل الأوقات للاستماع تتمثل في الفترة الصباحية ثم المسائية، وكانت نسبة من يستمعون إليها بشكل دائم (40.18٪). وترى الغالبية العظمى أن إذاعة سرت مستواها فوق الجيد، واحتلت برامج التراث الشعبي المرتبة الأولى بما نسبته (42٪)، تلاها البرامج الاجتماعية فالسياسية فالثقافية والخدمية.

وأوضحت الدراسة أن (49٪) من المستمعين يرون أن الإذاعة تتناول البرامج الإخبارية بمصداقية وعدم مبالغة، وأن ما نسبته (56٪) أفادوا بأن إذاعة سرت المحلية تتطرق إلى حد ما إلى المشاكل التي تهم المواطن.

أما عن أسباب عدم رضا المستمعين عن البرامج التي تقدمها إذاعة سرت المحلية، فكانت في عدم دعوة مختصين للمشاركة في الندوات والبرامج السياسية، إضافة إلى تكرارالأخبار والبرامج السياسية أكثر من مرة. وأشارت النتائج إلى إعجاب المبحوثين بالبرامج الإخبارية التي تبثها إذاعة سرت المحلية، ويعزى سبب ذلك لأنها تقوم بالتغطية الكاملة للأخبار الشعبية ثم التركيز على الأخبار المحلية. وأما أسباب التواصل مع الإذاعة فقد أفاد ما نسبته (32٪) أنهم يقومون بالمراسله أو الإتصال بهدف الإشتراك في المسابقة التي تقدمها الإذاعة، ثم التحدث بالبرامج الخدمية.

5. **دراسة المركز الفلسطيني للديمقراطية وحل النزاعات (2005) وعنوانها: "دور المحطات الإذاعية المستقلة في حرية الإعلام والتحديات التي تواجهها".**

خلصت الدراسة إلى أن المحطات الإذاعية الفلسطينية الخاصة ساهمت في دعم حرية الصحافة والإعلام ورفعت من سقف الحريات، وقللت القيود المفروضة على وسائل الإعلام، وفتحت قنوات اتصال بين المواطن والمسؤول.

وتوصلت الدراسة إلى أن الكوادر الإعلامية في هذه المحطات تعاني من الضعف، وأن أكثر هذه الكوادر بحاجة إلى التدريب والتطوير والتأهيل. كما أوضحت الدراسة أن غالبية هذه المحطات تعاني من ضائقة مالية تهدد استمرارها، إلا أنها تفوقت على الإعلام الرسمي الفلسطيني، وأظهرت فشل هذا الإعلام وعدم قدرته على مخاطبة الرأي العام المحلي.

6. دراسة المرسي (1998) وعنوانها " دور الإذاعات الإقليمية في معالجة قضايا البيئة".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية معالجة إذاعة القاهرة الكبرى للقضايا والمشاكل البيئية المنتشرة بإقليم القاهرة الكبرى، وكيفية تناول هذه القضايا شكلاً ومضموناً.

وتوصلت الدراسة إلى أن فترة إذاعة البرامج البيئية بإذاعة القاهرة الكبرى هي فترة الضحى بغالبيتها، وهي فترة لا يستطيع عدد كبير من المستمعين الاستماع إليها، وأن الشكل الذي يغلب على البرامج البيئية هو الحوار الإذاعي، وأن حوالي نصف فقرات البرامج البيئية تتسم معالجتها للقضايا البيئية بالعمومية، وغير مرتبطه بمكان معين، وأن مشاركة الجمهور في هذه البرامج قليلة رغم أهمية هذه المشاركة وحيويتها، كما أن غالبية هذه المشاركة تأتي من خلال الإتصال التلفوني.

وأوضحت الدراسة أن الموضوعات التي عالجتها البرامج البيئية هي موضوعات عديدة ومتنوعة، وكان في مقدمتها ملوثات الغذاء وأثرها على الإنسان، وملوثات الهواء، في حين أن موضوع التلوث الضوضائي لم يحظ إلا بنسبة ضئيلة في المعالجة، رغم أهمية الموضوع وانتشار الضوضاء بشكل كبير في إقليم القاهرة.

7. دراسة الشريف (1997) وعنوانها " إذاعة طرابلس العرب المحلية، نشأتها وأهدافها ودورها في تنمية المجتمع".

خلصت هذه الدراسة إلى أن إذاعة طرابلس العرب المحلية قدمت (68) برنامجاً في أشكال إذاعية متعددة ومتنوعة، بعضها نصف يومي ويومي ونصف أسبوعي وأسبوعي، موجهه للجمهور في مدينة طرابلس الليبية فقط.

وأوضحت الدراسة أن برامج التنمية الثقافية والتعليمية كانت في مقدمة البرامج التي عرضتها إذاعة طرابلس العرب المحلية، فحصلت على ما نسبته (22.7٪) تلتها برامج التنمية الاقتصادية بما نسبته (20.5٪)، ثم برامج التنمية والتعبئة السياسية والفكرية وبرامج التنمية الإجتماعية، بنسبة (18.2٪) لكل منهما، ثم برامج التنمية المهنية بنسبة (13.6٪).

وكشفت الدراسة أن إذاعة طرابلس العرب المحلية تركز على برامج التنمية الثقافية والتعليمية والتنمية الاقتصادية، ويقل اهتمامها في البرامج التي تعنى بالتنمية الزراعية وقضايا البيئة والبرامج الدينية وبرامج الخدمات والمنوعات.

8. دراسة مي الخاجة (1997) وعنوانها: "استخدامات الإذاعات المحلية بين أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة الإمارات". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية استخدام أعضاء هيئة التدريس في جامعة الإمارات للإذاعة المحلية، والإشباعات التي تحققها لحاجاتهم النفسية والمعرفية.

وخلصت نتائج هذه الدراسة إلى أن الإذاعات المحلية لا تمثل أهمية كبرى لدى المبحوثين. وأن الإذاعات الأجنبية أكثر أهمية لديهم، بسبب الحرية الإعلامية التي تتمتع بها هذه الإذاعات ولموضوعيتها. ويستمع المبحوثون إلى الإذاعات المتخصصة وفي مقدمتها إذاعة القرآن الكريم، لأنها تشبع الحاجات الخاصة لديهم. كما وأنهم يستمعون إلى الإذاعات في السيارة، وفي أوقات غير محددة، وتصل فترة الاستماع ما بين نصف ساعة إلى أقل من ساعة، حيث تعد مدة معقولة في ظل عدم الاهتمام وغياب البرامج الهادفة.

ويعتبر تزويد المبحوثين بالمعلومات المختلفة الدافع الأساس لاستماعهم للإذاعات المحلية مثل أبو ظبي ودبي وأم القيوين، كما وأنهم يستمعون إلى الإذاعة المصرية لمتابعة ما يحدث في الوطن الأم، والوقوف المتواصل على قضاياه، ويستمعون إلى هيئة الإذاعة البريطانية للاستفادة من التحليلات والتعليقات السياسية.

وأشارت النتائج إلى أن الإذاعات المحلية لا تحقق كافة حاجات مجتمع البحث بقدر كاف لأنها تركز على الوظيفة الإعلامية في المقام الأول، ولذلك فقد حصلت البرامج الإخبارية على أعلى النسب.

وأظهرت النتائج أن أسباب الرضا عن الإذاعات المحلية يتمثل في التنوع بالبرامج والتميز بالخفة والتشويق، يليها الاهتمام بمعالجة القضيا الهامة والحساسة والمعاصرة، وأما أسباب عدم الرضى فتتمثل في غلبة الجانب الترفيهي، وقلة البرامج الدينية والتعليمية والهادفة بنسبة (20.39٪).

9. دراسة النزاري (1415هـ) وعنوانها: " إذاعة القران الكريم في المملكة العربية السعودية " – دراسة تحليلية تقويمية للبرامج ودراسة ميدانية للجمهور. أظهرت الدراسة أن نسبة الاستماع لإذاعة القران الكريم بلغت (40.2٪)، وأن (48.4٪) يستمعون إليها

في المنزل تلاه المستمعين إليها في السيارة بنسبة (35.4٪)، ثم في مكان العمل بنسبة (16.2٪) وأن أكثر الذين يستمعون إليها هم الأكبر سناً.

وبينت الدراسة أن سماع القرآن الكريم هو الدافع الأول بين دوافع استماع الجمهور لإذاعة القرآن الكريم، وأن أنسب الأوقات لتقديم التلاوات هو وقت الفجر، ثم فترة المساء.

وكشفت الدراسة أن الجمهور أعاد أسباب عدم استماعه لإذاعة القرآن الكريم إلى منافسة الوسائل الإعلامية الأخرى، والانشغال في الأعمال الخاصة، وعدم الإعجاب ببرامج الإذاعة، وتوفر بدائل تتمثل في الأشرطة القرآنية والبحث عن التسلية والاستمتاع.

الإطار النظري للدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على مدخل الاستخدامات والإشباعات الذي يعد بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الاتصال، حيث يعتبر النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدي الذي يركز على كيفية تأثير وسائل الإعلام والاتصال على تغيير المعرفة والاتجاه والسلوك. بينما يرتكز مدخل الاستخدامات والإشباعات على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور، ويتميز الجمهور في ظل مدخل الاستخدامات والإشباعات بالنشاط والإيجابية والقدرة على الاختيار الواعي والتفكير، وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير والذي يعنى بما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور، إلى دراسة ما يفعل الجمهور بالوسائل. (أمين، 2007، ص 255). وتحقق نظرية الاستخدامات والإشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي (العدلي، 2004، ص126):

1. محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار، ويستخدم الوسائل، والمضامين التي تشبع حاجياته.
2. شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام، والإشباعات المتحققة من هذا التعرض.
3. التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري .

وتعد نظرية الاستخدامات والاشباعات اتجاها اتصاليا سيكولوجيا، يبحث ويستقصي استخدامات الأفراد لوسائل الإعلام، ويحدد أسباب استعمال نوع محدد دون الآخر، وكذلك الإشباعات التي يحققها الفرد من وراء تعرضه أو استهلاكه لوسيلة

إعلامية معينة، حيث تقوم النظرية على مسلمات مفادها أن الجمهور ايجابي، وأن تفاعله مع وسائل الإعلام يهدف إلى تحقيق عدد واسع من الاحتياجات، بالإضافة إلى أن مستهلكي وسائل الإعلام يعرفون لماذا يستعملونها، وأن الإشباعات تظهر في الأساس في محتوى وسائل الإعلام. (دائرة الثقافة والإعلام، 2006، ص 56).

وتفترض هذه الدراسات أن لدى أفراد الجمهور العديد من التوقعات، التي تبرز من خلال قدرة هؤلاء على إدراك البدائل المختلفة في إطار مساحة كبيرة من حرية الاختيار من بين عدد وافر من مختلف الوسائل، والانتقاء من بين كم هائل من محتوى الرسائل، أو حتى من بين البدائل، والمصادر الأخرى غير الإعلامية، والتي تنسجم مع توقعاتهم وتحقق أكبر قدر ممكن من الإشباع لمختلف احتياجاتهم ودوافعه.

واقترن هذا المفهوم بمدى مقابلة الإشباع الذي يتحقق للأفراد لتوقعاتهم المسبقة لمرحلة ما قبل التعرض بشأن خصائص وسائل الاتصال، وسماتها، ومحتواها، والمتمثل في الإشباعات المتحققة، قياساً بالإشباعات المطلوبة والمتوقعة (الجبوري ، 2009، ص 28).

منهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي "تقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو كيفية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات، والوصول إلى نتائج وتعميمات تساهم في فهم الواقع وتطويره" (عليان وغنيم، 2010، ص66).

ولما كان الهدف الأساس للدراسات الوصفية تصوير وتحليل وتقويم خصائص ظاهرة أو مجموعة من الظواهر، فإن أهم منهج تعتمد عليه في تحقيق هذا الهدف هو منهج المسح الإعلامي الذي يعتبر جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة موضوع البحث، وذلك من خلال دراسة "مواقف الناس واتجاهاتهم وآرائهم بشأن مختلف القضايا والموضوعات والظواهر التي يعايشونها في حياتهم اليومية" (مصطفى،2003، ص214)، فضلاً على أنه يستخدم في التنبؤ بالمتغيرات المستقبلية وإيضاحها للتحولات والتغيرات الماضية (قنديلجي،2008، ص100).

مشكلة الدراسة:

تسعى إذاعات FM الأردنية إلى استقطاب جمهور المستمعين إليها، لاسيما فئة الشباب، وذلك من خلال محاولاتها تقديم برامج منوعه ترضي كافة الأذواق، والمستويات الثقافية والاجتماعية كعرضها لبرامج التسلية والترفيه، إلى جانب بعض البرامج الخدمية وغيرها.

وقد تزايد أعداد هذه الإذاعات في الأردن بحيث وصلت خلال فترة وجيزة إلى ما يزيد على أربعين إذاعة، الأمر الذي يستوجب البحث والدراسة في واقع هذه الظاهرة الإعلامية الجديدة على المستمع الأردني.

لذلك فإن مشكلة هذه الدراسة تتمثل في التعرف على جماهيرية هذه الإذاعات، ومدى إقبال الشباب الأردني في الاستماع إليها، ودوافع استخداماتهم لها، والإشباعات التي يحققونها نتيجة التعرض لبرامج هذه الإذاعات.

أهداف الدراسة:

يتمثل هدف الدراسة الرئيس في التعرف على استخدامات الشباب الأردني لإذاعات FM والإشباعات المتحققة منها. وأما الأهداف الفرعية فهي كالآتي:

1. التعرف إلى مدى التعرض لهذه الإذاعات لدى الشباب الأردني.
2. التعرف إلى دوافع عدم التعرض لهذه الإذاعات.
3. التعرف إلى الزمن الذي يقضيه الشباب الاردني في الاستماع لهذه الإذاعات.
4. التعرف إلى الفترات التي يفضل فيها الشباب الأردني الاستماع لهذه الإذاعات.
5. التعرف إلى الأماكن التي يفضلها الشباب عند الاستماع لإذاعات FM.
6. التعرف إلى المواد الإعلامية التي يفضل الشباب الأردني الاستماع لها في هذه الإذاعات.
7. التعرف إلى دوافع استماع الشباب الأردني لهذه الإذاعات.
8. التعرف إلى مدى الفائدة التي يحققها الشباب من الاستماع لإذاعات FM.
9. التعرف إلى أسباب عدم الاستفادة من إذاعات FM الأردنية.
10. التعرف إلى تقييم الشباب الأردني لهذه الإذاعات.
11. التعرف إلى طبيعة الاحتياجات التي تلبيها هذه الإذاعات.
12. التعرف إلى دوافع التواصل مع هذه الإذاعات.

تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية:

1. هل يستمع الشباب لإذاعات FM الأردنية؟
2. ما أسباب عدم استماع الشباب لإذاعات FM الأردنية؟

3. ما الزمن الذي يقضيه الشباب في الاستماع لهذه الإذاعات ؟
4. ما الفترة التي يفضل فيها الشباب الاستماع لإذاعات FM ؟
5. ما المكان الذي يفضله الشباب عند الاستماع لإذاعات FM ؟
6. ما البرامج التي يفضل الشباب الاستماع إليها في إذاعات FM ؟
7. ما الفائدة التي يحققها الشباب من الاستماع لهذه الإذاعات ؟
8. كيف يقيّم الشباب البرامج التي تقدمها إذاعات FM الأردنية؟
9. ما الإحتياجات التي تلبيها إذاعات FM للشباب الأردني ؟
10. هل يبادر الشباب الأردني إلى التواصل مع هذه الإذاعات ؟
11. ما أسباب ودوافع المبادرة للإتصال بإذاعات FM الأردنية ؟

أداة القياس والتحليل:

اعتمد الباحث في هذا الجانب على الاستبانة أداةً للقياس والتحليل، حيث تضمنت (20) سؤالاً بهدف استيفاء المعلومات المتصلة بها وقياسها، وتحقيق أهداف البحث المختلفة. وقد تم عرض الاستبانة على ثلاثة من أساتذة الإعلام في جامعة اليرموك، وتم الأخذ بآرائهم ومقترحاتهم قبل توزيعها على عينة الدراسة من طلبة جامعتي اليرموك وإربد الأهلية.

وللتأكد من ثبات الأداة أجرى الباحث اختباراً قبلياً عليها وذلك من خلال عرضها على طلاب أحد المساقات التي يطرحها قسم الصحافة بكلية الإعلام والبالغ عددهم 37 طالباً وطالبة، للتأكد من قدرتهم على فهم عناصرها، لاسيما وأنها ستوزع على طلبة مشابهين لهم في الخصائص والمستويات، وأثبت الاختبار القبلي دقة الأداة وصلاحيتها للتطبيق، والحصول على إجابات تتسم بالسلامة المنهجية.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكوّن مجتمع هذه الدراسة من الطلبة الأردنيين الدارسين في الجامعات الأردنية الحكومية والخاصة. أما عينة الدراسة فقد بلغ حجمها 400 مفردة موزعة بين جامعة اليرموك الحكومية وجامعة إربد الأهلية. حيث تم اختيارها عشوائياً وفق أسلوب العينة العمدية بالمصادفة. التي روعي من خلالها تمثيل الجنس والسنة الدراسية والكليات الجامعية؛ إلا أن الاستبانات التي كانت صالحة للتحليل بلغت (340) استبانة.

تحليل النتائج ومناقشتها:

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج المتعلقة بمدى الاستخدامات والإشباعات التي تحققها إذاعاتFM الأردنية، وما تلبيه من احتياجات الشاب الأردني الممثلة بعينة من طلبة الجامعات الأردنية الخاصة والحكومية، وذلك وفقا لمجموعة من المتغيرات ذات العلاقة بأهداف الدراسة، والتي تم تحليلها وفقا لتكرار تناولها، والنسبة التي مثلتها هذه التكرارات، وكانت على النحو الآتي:

جدول رقم (1)

الخصائص الديموغرافية للعينة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	186	٪54.7
	أنثى	154	٪45.3
المجموع		340	٪100
العمر	18- 20 سنة	135	٪39.7
	21- 23 سنة	153	٪45
	24- 26 سنة	41	٪12.1
	27 فأكثر	11	٪3.2
المجموع		340	٪100
الكلية	علمية	175	٪51.5
	إجتماعية وإنسانية	165	٪48.5
المجموع		340	٪100
السنة الدراسية	أولى	52	٪15.3
	ثانية	97	٪28.5
	ثالثة	90	٪26.5
	رابعة	101	٪29.7
المجموع		340	٪100
مكان السكن	مدينة	201	٪59.1
	قرية	125	٪36.8
	مخيم	14	٪4.1
المجموع		340	٪100
دخل الأسرة	أقل من 200 دينار	25	٪7.4
	201- 300 دينار	64	٪18.8
	301- 400 دينار	67	٪19.7

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
	401- 500 دينار	42	٪12.4
	500 دينار فأكثر	142	٪41.8
المجموع		340	٪100

جدول رقم (2)

الاستماع لإذاعات FM الأردنية.

الاستماع للإذاعات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	307	90.3
لا	33	9.7
المجموع	340	100

تشير بيانات الجدول رقم (2) إلى أن الغالبية العظمى من الشباب الجامعي يستمعون لإذاعات FM الأردنية، حيث بلغت نسبة الذين يستمعون لها (٪90.3)، مقارنة مع ما نسبته (٪9.7) ممن لا يستمعون لهذه الإذاعات ، الأمر الذي يؤكد جماهيرية هذه الإذاعات وقدرتها على استقطاب هذه الشريحة الإجتماعية الواسعة من مكونات المجتمع الاردني، وذلك من خلال ما تقدمه من برامج متنوعة، يبدو أنها تحظى بإقبال الشباب عليها، نظراً لما توفره من إشباع لرغباتهم وتلبية لحاجاتهم المتعددة.

جدول رقم (3)*

أسباب عدم الاستماع لإذاعات FM الأردنية

الأسباب	التكرار	النسبة المئوية
لأنني لا أحب الاستماع إلى الإذاعات بشكل عام.	15	٪ 23.4
لأنني أفضل وسائل الإعلام الأخرى عليها.	11	٪ 17.2
لا يوجد لدي وقت.	20	٪ 31.2
لأن موضوعاتها خفيفة وغير جادة.	9	٪ 14.1
لعدم كفاءة المذيعين فيها.	5	٪ 7.8
صعوبة التقاط الموجات التي تبث عليها الإذاعة.	4	٪ 6.2
المجموع	64	٪ 100

• سمح الباحث لأفراد العينة باختيارأكثر من متغير وذلك في الجداول رقم (3، 5، 6، 7، 8، 10،11، 13، 15).

يوضح الجدول رقم (3) تعدد أسباب عدم الاستماع لإذاعات FM الأردنية والتي أدلى بها (33) مفردة من إجمالي العينه. فقد أجاب ما نسبته (31.2٪) أنه لا يوجد لديهم وقت للاستماع، وأن (23.4٪) لا يحبون الاستماع إلى الإذاعات بشكل عام، بينما أشار (17.2٪) بأنهم يفضلون وسائل الإعلام الأخرى على الإذاعات، في حين يرى ما نسبته (14.1٪) أن موضوعاتها خفيفة وغير جادة. وبيّن ما نسبته (6.2٪) أن صعوبة التقاط الموجات التي تبث عليها الإذاعة وقفت حائلا دون استماعهم لها.

ويتضح من النتائج أن ضيق الوقت يعتبر السبب الرئيس للانصراف عن الاستماع لإذاعات FM الأردنية، وليس لأسباب خاصة تتعلق بالمضمون، وقد يعود ذلك ربما لانشغال هذه الشريحة الاجتماعية بواجباتهم الدراسية التي تفرض عليهم قضاء معظم الوقت في الدراسة، لاسيما أن النسبة الكبرى من المبحوثين كانوا من طلبة الكليات العملية، كما أشار إليها الجدول رقم (1)، مما يعني أن هؤلاء الطلبة بحاجة إلى وقت كاف لإتمام متطلبات دراستهم.

جدول رقم (4)

مدة الاستماع لإذاعات FM الأردنية

مدة الاستماع	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 15 دقيقة	87	٪ 28.3
من 16- 30 دقيقة	79	٪ 25.7
من 31- 45 دقيقة	48	٪ 15.6
من 46- 60 دقيقة	40	٪ 13
من 61- 75 دقيقة	17	٪ 5.6
أكثر من 75 دقيقة	36	٪ 11.7
المجموع	307	٪ 100

تظهر بيانات الجدول رقم (4) المدة التي يقضيها الشباب الأردني في الاستماع إلى إذاعات FM الأردنية، حيث توضح النتائج أن ما نسبته (28.3٪) يستمعون لأقل من (15) دقيقة، بينما يستمع ما نسبته (25.7٪) من (16 – 30) دقيقة، وأن (16.5٪) يستمعون من (31 - 45) دقيقة، وقد احتلت فترة الاستماع ما بين (61- 75) دقيقه المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة (5.6٪).

ويعود السبب في تدني مدة الاستماع لإذاعات FM الأردنية ربما لأن الغالبية العظمى من جمهور العينة كما يشير الجدول رقم (6) يستمعون لهذه الإذاعات في وسائل النقل، مما قد

يحول دون الاستماع إلى فترة أطول، كما أن الفترة المفضلة للاستماع هي الفترة الصباحية كما تشير إليها نتائج الجدول رقم (5). مما يعني أن جمهور العينة يستمع إلى مثل هذه الإذاعات في أثناء توجهه إلى الجامعة، حيث تقل فرصة الاستماع والمتابعة لهذه الإذاعات.

وعلى الرغم من أن فترة الاستماع لا تعدو (15) دقيقة، إلا أنها لا تعد منخفضة نسبياً، إذا ما أخذنا في الاعتبار سمة البرامج التي تقدمها إذاعات FM الأردنية، التي غالباً ما تتسم بقصر مدتها وسرعتها. مما يعني أن أفراد العينة قد يتابعون العديد من الفقرات خلال هذه الفترة، سيما وأن البرامج المفضلة لديهم تتمثل بالأغاني والموسيقى حسب ما أشار إليها الجدول رقم (7) حيث لا يزيد معدل مدة الأغنية الواحدة بضع دقائق.

ومن جهة أخرى فإن تدني مدة الاستماع لدى الشباب الأردني قد تشير أيضاً إلى عدم الاهتمام بالبرامج الأخرى التي تطرحها إذاعات FM الأردنية.

جدول رقم (5)

الأوقات المفضلة للاستماع إلى إذاعات FM الأردنية

فترة الاستماع	التكرار	النسبة المئوية
فترة الصباح	176	٪ 49.2
فترة الظهيرة	9	٪ 2.5
فترة المساء	109	٪ 30.4
في أي وقت	64	٪ 17.9
المجموع	358	٪ 100

تشير بيانات الجدول رقم (5) إلى الأوقات التي يفضل فيها جمهور العينة الاستماع إلى إذاعاتFM الأردنية. فقد احتلت الفترة الصباحية المرتبة الأولى بما نسبته (49.2٪)، تلتها الفترة المسائية بما نسبته (30.4٪)، أما فترة الظهيرة فقد حظيت بنسبة (2.5٪)، بينما كانت فترة الاستماع لهذه الإذاعات بأي وقت تمثل ما نسبته (17.9٪).

وتعد الفترة الصباحية من أكثر الفترات استماعاً ربما لأن الغالبية العظمى من الطلاب يتوجهون إلى دوامهم في الجامعات صباحاً، مما يتيح لهم فرصة الاستماع، وخصوصاً أن إذاعات FM الأردنية تقدم في هذه الفترة برامج قد تلقى استحسانا لدى هذه الشريحة من المجتمع كبرنامج " مع الوكيل " الذي يعد برنامجاً منوعاً تناقش فيه الكثير من القضايا المحلية التي تمس حاجات المواطن الأردني، مما يسترعي اهتمامه والعمل على متابعته.

جدول رقم (6)

مكان الاستماع لإذاعات FM الأردنية

المكان	التكرار	النسبة المئوية
في المنزل	148	٪ 35.9
في وسيلة النقل	188	٪ 45.6
في العمل	29	٪ 7
في الشارع	27	٪ 6.6
أخرى	20	٪ 4.9
المجموع	412	٪ 100

توضح نتائج الجدول رقم (6) المكان المفضل للاستماع لإذاعات FM الأردنية. فقد أشار ما نسبته (45.6٪) أنهم يفضلون الاستماع للإذاعات بوسائل النقل، تلاها المنزل في المرتبه الثانية بما نسبته (35.9٪)، ثم الاستماع في مكان العمل بنسبة (7٪)، وأما ما نسبته (6.6٪) فإنهم يفضلون الاستماع إليها في الشارع .

ويعود السبب في أفضلية أن تكون وسائل النقل مكاناً للاستماع، ربما لأن أفراد العينة يتنقلون ما بين المنزل والجامعة من خلال وسائل النقل العامة أو الخاصة. وقد تشير نتائج هذه الجزئية إلى طبيعة خصائص الإذاعة، إذ بالإمكان الاستماع إليها أثناء القيادة ومتابعة الأعمال والدراسة، وقد يعد مؤشراً أيضاً على جماهيريتها واستقطابها لكافة شرائح المجتمع لما تلبيه من حاجات وإشباع لرغبات المواطن الأردني.

جدول رقم (7)

البرامج المفضلة في إذاعات FM الأردنية

البرامج	التكرار	النسبة المئوية
النشرات والبرامج الإخباريه	91	٪ 11.6
البرامج الترفيهية	111	٪ 14.2
البرمج الرياضية	62	٪ 7.9
الأغاني والموسيقى	230	٪ 29.4
البرامج الثقافية	55	٪ 7
البرامج الدينية	46	٪ 5.9
البرامج الاقتصادية	28	٪ 3.6
البرامج التاريخية	25	٪ 3.2
البرامج العلمية	36	٪ 4.6
البرامج الخدمية التي تعالج قضايا ومشكلات الناس	91	٪ 11.6
أخرى	7	٪.9
المجموع	782	٪ 100

أما عن البرامج التي يفضلها الشباب الأردني في إذاعات FM الأردنية، فتشير نتائج الجدول رقم (7) إلى أن برامج الأغاني والموسيقى كانت الأكثر استماعاً بما نسبته(29.4٪)، تلتها البرامج الترفيهية بنسبة (14.2٪) ثم النشرات والبرامج الإخبارية والبرامج الخدمية التي تعالج قضايا ومشكلات الناس بالمرتبة الثالثة بما نسبته (11.6٪) لكل منهما، أما البرامج الرياضية فقد جاءت في المرتبة الخامسة بما نسبته (7.9٪)، تلتها البرامج الثقافية، فالدينية، فالعلمية، فالاقتصادية على التوالي. وأما البرامج التاريخية فقد احتلت المرتبة العاشرة وما قبل الأخيرة بما نسبته (3.2٪).

ولعل السبب في احتلال برامج الأغاني والموسيقى المرتبة الأولى يعود لكونها تحقق إحدى الوظائف النفسية الأساسية لدى المستمع، بإزالة التوتر وملء الفراغ، حيث تعد غذاءً للروح ووسيلة للترفيه، فتحقق إذاعات FM الأردنية هذا الإشباع للمبحوثين، خصوصاً وأن الطلاب يقضون معظم وقتهم تحت ضغوط واجباتهم الدراسية ومتابعتها، فيجدون في سماع الأغاني متنفساً للترويح عن ذاتهم قليلاً. فالسعي نحو هذه النوعية من البرامج يتناسب مع طبيعة اهتمامات المبحوثين. أما تدني نسبة من يستمعون للبرامج التاريخية فقد يعود إلى كونها برامج متخصصة تتناول في معظمها سرد الأحداث والوقائع والقصص التاريخية التي قلما تحظى باهتمام هذه الفئة العمرية من المجتمع الأردني، والتي قد يستمع لها بشكل عابر إذا كانت ضمن أسئلة في برنامج مسابقات ونحوه.

جدول رقم (8)

دوافع الاستماع لإذاعات FM الأردنية.

دوافع الاستماع	التكرار	النسبة المئوية
وسيلة رخيصة وغير مكلفة.	93	٪ 11
لأن البرامج التي تقدمها مميزة.	106	٪ 12.5
لأني احب سماع الأغاني التي تقدمها	149	٪ 17.6
للتسلية وقضاء وقت الفراغ.	154	٪ 18.2
قوة البث وسهولة التقاط الإذاعة.	44	٪ 5.2
لأنها تعرض القضايا والأخبار أفضل من غيرها.	57	٪ 6.7
لأنها تلبي كثيراً من رغباتي في التعرف على الأخبار والموضوعات	61	٪ 7.2
القضايا والمشكلات والاخبار التي تقدمها لا توفرها وسيلة أخرى	30	٪ 3.5
للتعرف على المشكلات والاحتياجات التي يعاني منها المواطن.	83	٪ 9.8
لأن المذيعين فيها لديهم قدرة عالية في جذب المستمعين إليها.	62	٪ 7.3
أخرى.	8	٪.9
المجموع	847	٪ 100

تظهر نتائج الجدول رقم (8) دوافع الاستماع إلى إذاعات FM الأردنية. حيث أكّد ما نسبته (18.2٪) أنهم يستمعون بدافع التسلية وقضاء وقت الفراغ، تلاه دافع الاستماع إلى الأغاني التي تقدمها هذه الإذاعات بنسبة (17.6٪). ويرى ما نسبته (12.5٪) أن البرامج التي تقدمها هذه الإذاعات مميزة، في حين كانت نسبة من يرى أنها وسيلة رخيصة وغير مكلفة (11٪). وأشار ما نسبته (9.8٪) أنها وسيلة للتعرف على المشكلات والاحتياجات التي يعاني منها المواطن. تلاها دافع الاستماع بسبب القدرة العالية التي يتمتع بها المذيعون في جذب المستمعين إليها، ثم دافع التعرض بسبب تلبية هذه الإذاعات رغبات جمهور العينة في التعرف على الأخبار والموضوعات، يليه دافع التعرض بسبب تفوق إذاعات FM الأردنية على غيرها من الإذاعات في عرض القضايا والأخبار. ثم احتل دافع التعرض بسبب قوة البث وسهولة التقاط الإذاعة المرتبة التاسعة بما نسبته (5.2٪). وحظي دافع الاهتمام بالقضايا والمشكلات التي تقدمها هذه الإذاعات والتي لا توفرها وسيلة أخرى المرتبة قبل الأخيرة .

وقد يعد دافع التسلية وقضاء وقت الفراغ من أهم دوافع التعرض لإذاعات FM الأردنية. نظراً لما تحققه هذه الإذاعات من إشباع لرغبات جمهور العينة في الجانب الترفيهي. من خلال عرض برامج متنوعة تناسب معظم الأذواق، حيث يعد الجانب الترفيهي من الوظائف المهمة. التي يسعى المستمع إلى تحقيقها. عند التعرض للوسائل الإعلامية، للتقليل من الضغوطات التي تعج بها الحياة اليومية.

جدول رقم (9)

مدى الاستفادة من إذاعات FM الأردنية

مدى الاستفادة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	260	٪ 84.7
لا	47	٪ 15.3
المجموع	307	٪ 100

وفيما يتعلق بمدى الإستفادة التي يحققها جمهور العينة من الاستماع إلى إذاعات FM الأردنية، تشير نتائج الجدول رقم (9) إلى أن الغالبية العظمى من الشباب بما نسبته (84.7٪) قد استفادوا مما تقدمه هذه الإذاعات من تنوع للبرامج والمواد التي تعرضها، وخصوصا في تلبية حاجاتهم وإشباع رغباتهم في الجانب الترفيهي، في حين أفاد ما نسبته (15.3٪) أنهم لم يستفيدوا ولم تحقق لهم المتعة والفائدة التي يرجون. وقد يعود السبب في

ذلك إلى أن إذاعات FM الأردنية تؤدي دوراً ضئيلاً في المجالات التنموية والتوعوية والتربوية، ولا تشكل مصدراً هاماً من المصادر التي تحقق الإشباعات والوظائف المختلفة التي تحققها وسائل الإعلام الأخرى كالوظيفة الإخبارية والتثقيفية على سبيل المثال.

جدول رقم (10)

أسباب عدم الاستفادة من إذاعات FM

الأسباب	التكرار	النسبة المئوية
لأنها لا تقدم جديداً يميزها عن وسائل الإعلام الأخرى.	22	٪ 18.5
لأنها تقدم مواداً إعلامية بعيدة عن اهتمامي.	14	٪ 11.8
لانها لا تعطي الاخبار الأهمية التي تستحقها.	14	٪ 11.8
لأنها تركز على الجوانب الترفيهية.	23	٪ 19.3
لأن المهنية لدى المذيعين فيها متدنية.	13	٪ 10.9
لأنها لا تتناول القضايا والموضوعات بجرأة وحرية.	11	٪ 9.2
لعدم وجود مساحة للراي والرأي الآخر فيها.	10	٪ 8.4
لأنها غالباً ما تنحاز للموقف الرسمي الاردني	9	٪ 7.6
أخرى	3	٪ 2.5
المجموع	119	٪ 100

تشير نتائج الجدول رقم (10) إلى أسباب عدم الاستفادة من إذاعات FM الأردنية، والتي شملت (47) فرداً من المبحوثين، إلى أن ما نسبته (19.3٪) من هؤلاء أفادوا بأنهم لا يستفيدون منها لأنها تركز على الجانب الترفيهي، فيما يرى ما نسبته (18.5٪) أن هذه الإذاعات لا تقدم أي جديد يميزها عن وسائل الإعلام الأخرى. وبيّن ما نسبته (11.8٪) أنها تقدم مواداً إعلامية بعيدة عن اهتمامهم، إضافة إلى أنها لا تولي الأخبار الأهمية التي تستحقها. وأكد ما نسبته (10.9٪) تدني مهنية المذيعين في تلك الإذاعات، فيما أشار ما نسبته (9.2٪) إلى أن هذه الإذاعات لا تتناول القضايا والموضوعات بجرأة وحرية، واحتلت الأسباب المتعلقة بعدم وجود مساحة للرأي والرأي الآخر إضافة إلى انحياز هذه الإذاعات للموقف الرسمي الأردني المراتب ما قبل الأخيرة.

وبالنظر إلى النتائج التي تم التوصل إليها فإن عدم الرضى عن هذه الإذاعات والممثل بالدرجة الأولى بتركيزها على الجوانب الترفيهية، ربما يعود إلى غياب نوعيات معينة من

البرامج التي لا تحقق إشباعات يبحث عنها أفراد العينة، وخصوصاً أن معظمهم كانوا من طلاب الكليات العلمية الذين قد تنصب اهتماماتهم على البرامج العلمية المتخصصة. إضافة إلى أن الدافع الثاني من أسباب عدم الاستماع الممثل بعدم تقديم هذه الإذاعات أي جديد يميزها عن وسائل الإعلام الأخرى قد يعود إلى الصورة الذهنية لدى الشباب الأردني عن وسائل إعلامهم، والتي اعتادوا عليها بتكرار برامجها وأنماطها.

جدول رقم (11)

تقييم الموضوعات والمشكلات التي تعرضها هذه الإذاعات

تقييم القضايا والمشكلات	التكرار	النسبة المئوية
تتناولها بمصداقية وموضوعية	130	٪ 26.5
تتناولها بانحياز لطرف او جهة دون أخرى	60	٪ 12.2
تتميز بالشمول والتعمق	77	٪ 15.7
تعرضها بسطحية	108	٪ 22
تتناولها بكل حرية	105	٪ 21.4
أخرى	10	٪ 2
المجموع	490	٪ 100

تظهر بيانات الجدول رقم (11) تقييم الشباب الأردني للموضوعات والمشكلات التي تعرضها هذه الإذاعات. حيث أوضح ما نسبته (26.5) أنها تعرض البرامج بمصداقية وموضوعية، في حين يرى ما نسبته (22٪) أن هذه الإذاعات برامجها سطحية. وأشار ما نسبته (21.4٪) أنها تتناول موضوعاتها بكل حرية، وأن (15.7٪) يرون أن هذه الإذاعات تطرح الموضوعات بالشمول والتعمق، فيما اعتبر ما نسبته (12.2٪) أن برامج هذه الإذاعات تنحاز لطرف أو جهة دون أخرى.

وعلى الرغم من وجود تباين واضح بين أفراد العينة في تقييمهم للموضوعات التي تقدمها هذه الإذاعات، إلا أنه وفي الحقيقة لا يعتبر تقييماً سليماً، إذا ما أخذنا في الاعتبار طبيعة ونوع التعرض حسب اهتمامات المبحوثين والممثلة بسماع الاغاني والموسيقى. إضافة إلى أن قلة المدة الزمنية التي يستمعون بها إلى هذه الإذاعات كما أشار الجدول رقم (4) لا تؤهلهم إلى تقييم مختلف البرامج التي تعرضها إذاعات FM بصورة جديّة، مما يؤثرا سلباً على نتائج التقييم.

جدول رقم (12)

أهمية إذاعات FM الأردنية في تلبية احتياجات الشاب الأردني

تلبية الاحتياجات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	234	٪ 76.2
لا	73	٪ 23.8
المجموع	307	٪ 100

وفيما إذا كان الشباب الأردني يرى أن لهذه الإذاعات أهمية في تلبية احتياجاتهم، فإن بيانات الجدول رقم (12) تشير إلى أن أكثر من ثلثي العينة أكدوا أهمية هذا الدور لإذاعات FM الأردنية حيث أفاد ما نسبته (76.2٪) أن لهذه الإذاعات أهمية في تلبية احتياجاتهم، فيما يرى ما نسبته (23.8٪) عكس ذلك، الأمر الذي يعني أن هذا النوع من الإذاعات أصبح قادراً على استقطاب هذه الفئة العمرية من المجتمع، من خلال تقديمها برامج منوّعة تعمل على تلبية حاجاتهم وإشباع رغباتهم الترفيهية وغيرها.

جدول رقم (13)

الاحتياجات التي تلبيها إذاعات FM الأردنية

الاحتياجات	التكرار	النسبة المئوية
وسيلة سريعة للتعرف على الأخبار والموضوعات	113	٪ 17.9
وسيلة هامة لعرض المشكلات والاحتياجات	117	٪ 18.6
تثير الحوار والنقاش حول القضايا والمشكلات	112	٪ 17.8
وسيلة لتكوين صداقات وعلاقات مع الآخرين	59	٪ 9.4
تعرض أغاني وموسيقى لا تعرضها الوسائل الإعلامية الأخرى.	71	٪ 11.3
وسيلة هامة للتسلية وقضاء وقت الفراغ.	72	٪ 11.4
وسيلة للتعبير عن الآراء والأفكار.	83	٪ 13.2
أخرى	3	٪ 0.5
المجموع	630	٪ 100

وحول الاحتياجات التي تلبيها إذاعات (FM) الأردنية، أشارت نتائج الجدول رقم (12) أن ما نسبته (18.6٪) يرى أن هذه الإذاعات تعد وسيلة هامة لعرض المشكلات والاحتياجات، فيما أفاد ما نسبته (17.9٪) أنها تعد وسيلة سريعة للتعرف على الأخبار

والموضوعات، بينما أكّد ما نسبته (17.8٪) أن إذاعات FM الأردنية تثير الحوار والنقاش حول القضايا والمشكلات، وأن ما نسبته (13.2٪) اعتبرها وسيلة للتعبير عن الآراء والأفكار، وأن (11.4٪) يرى انها تلبي احتياجاتهم في التسلية وقضاء وقت الفراغ. وأشار ما نسبته (11.3٪) إلى أنها تشبع رغبات الشباب الأردني بعرضها موسيقى وأغاني لا تعرضها الوسائل الإعلامية الأخرى.

وقد يعود السبب في أهمية هذه الإذاعات كوسيلة لطرح المشكلات والقضايا التي يعاني منها المجتمع الأردني، ربما لعرضها برامج تتيح التفاعلية بين المواطن والمسؤول، مما يعزز من جماهيرية هذه الإذاعات واستقطابها لجمهور المستمعين، وخصوصا إذا كانت قادرة على إيجاد الحلول المتعلقة بقضاياهم ومشكلاتهم.

جدول رقم (14)

التواصل مع إذاعات FM الأردنية

التواصل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	25	٪ 8.1
أحيانا	60	٪ 19.5
نادرا	61	٪ 19.9
لا أتواصل	161	٪ 52.4
المجموع	307	٪ 100

وعما إذا كان الشباب الأردني يبادر إلى التواصل مع هذه الإذاعات، تشير بيانات الجدول رقم (13) إلى أن أكثر من نصف أفراد العينة لا يبادرون للإتصال مع هذه الإذاعات، حيث بلغت نسبتهم (52.3٪). أما الذين اعتادوا على التواصل معها بشكل دائم فقد بلغت نسبتهم (8.2٪)، وأن (19.6٪) يتواصلون معها احياناً، وما نسبته (19.9٪) يتصلون بها نادراً، مما يعني أن قنوات التواصل بين هذه الإذاعات ومستمعيها لم تصل بعد إلى المستوى الذي يمكّن هذه الإذاعات من الوقوف على تقييم المستمعين لأدائها، الأمر الذي يستوجب التركيز على دفع المستمعين لمثل هذا التواصل، الذي من شأنه أن ينعكس على أدائها وعلى طبيعة ومستوى البرامج التي تقدمها.

جدول رقم (15)

دوافع التواصل مع إذاعات FM الأردنية

الدوافع	التكرار	النسبة المئوية
المبادرة بطرح مشكلة ما أو قضية ما	92	٪ 25.7
المشاركة في المسابقات	66	٪ 18.4
المشاركة في حوار معين	52	٪ 14.5
لعرض معلومات معينة	49	٪ 13.7
للاستفسار عن معلومات وموضوعات معينة	40	٪ 11.2
لكسب علاقات وصداقات جديدة	34	٪ 9.5
لأنني أحب الشهرة من خلال عرض إسمي	20	٪ 5.6
أخرى	5	٪ 1.4
المجموع	358	٪ 100

تشير بيانات الجدول رقم (15) إلى دوافع الشباب في التواصل مع إذاعات FM الأردنية، فقد احتل دافع المبادرة لطرح مشكلة أو رأي المرتبة الأولى بما نسبته (25.7٪)، تلاها دافع المشاركة في حوار معين بنسبة (18.4٪) في المرتبة الثانية، ثم دافع المشاركة في المسابقات بالمرتبة الثالثة بنسبة (14.5٪). وأشار ما نسبته (13.7٪) أن عرض معلومات معينة يدفعهم للتواصل ، في حين أن (11.2٪) تواصلوا بهدف الاستفسار عن معلومات وموضوعات معينة، وأن ما نسبته (9.5٪) كانوا يبحثون عن كسب علاقات وصداقات جديدة. وأما المرتبة الأخيرة فقد احتلها دافع التواصل من أجل الشهرة بما نسبته (5.6٪).

وتفيد هذه النتائج أن دافع المستمعين الممثل بطرح مشكلة أو رأي، جاء موافقاً للاحتياجات التي تسعى إذاعات FM الأردنية تحقيقها لأفراد العينة، وذلك لأنهم يرون بأنها وسيلة هامة لعرض المشكلات حسب نتائج الجدول رقم (12)، مما يعني أن هذه الإذاعات تحقق إشباعات وتلبي حاجات الشباب الأردني حسب اهتماماتهم ومتطلباتهم، وربما يدل على ثقة المستمعين بقدرة البرامج التي تطرحها هذه الإذاعات على حل المشكلات التي يعانون منها.

أهم نتائج الدراسة:

توصلت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج، وقد تمثل أهمها في الآتي:

1. إن الغالبية العظمى من جمهور العينة يستمعون إلى إذاعات FM الأردنية بما نسبته (90.3٪)، وتعد الفترة الصباحية من أكثر الفترات استماعاً.

2. أوضحت النتائج أن ما نسبته (28ر3٪) من المبحوثين يستمعون إلى إذاعات (FM) الأردنية لفترة زمنية أقل من 15 دقيقة، وتعتبر هذه المدّة معقولة في ظل اهتمامات المبحوثين، إضافة إلى غياب البرامج الهادفة.

3. أكدت النتائج أن برامج الأغاني والموسيقى كانت في مقدمة البرامج التي يفضلها الشباب الأردني، فيما احتلت البرامج الاقتصادية والتاريخية مراتب متأخرة.

4. تمثل إذاعات FM الأردنية أهمية لدى الشباب الأردني، حيث أشار ما نسبته (76.2) بأنها تلبي احتياجاتهم، كما أفاد ما نسبته (84.7٪) بأنهم استفادوا مما تقدمه هذه الإذاعات، مما يعزز من ثقة هذه الشريحة الاجتماعية بهذه الوسيلة الإعلامية.

5. أوضحت النتائج أن دافع التسلية وقضاء وقت الفراغ يعد من أهم دوافع التعرض لإذاعات FM، مما يؤكد دور هذه الإذاعات في إشباع رغبات الشباب الترفيهية.

6. يعد الانحياز إلى الموقف الرسمي الأردني بطرح الموضوعات إحدى الأسباب التي جعلت أفراد العينة يعزفون عن الاستماع إلى إذاعات FM الأردنية.

7. كشفت الدراسة أن (15ر3٪) من الشباب الأردني لا يستفيدون من إذاعات FM الأردنية. وذلك لأنها تركز على الجوانب الترفيهية، ولا تقدم ما يميزها من غيرها من وسائل الإعلام الأخرى.

8. أظهرت النتائج أن إذاعات FM الأردنية تعد من الوسائل الإعلامية المحلية التي تقوم بعرض المشكلات التي يواجهها المواطن الأردني، كما أنها تتميز بسرعة نقلها للأخبار والمعلومات، إضافة إلى كونها منبراً إعلامياً يثير الحوار والنقاش حول القضايا والمشكلات التي يعاني منها المجتمع الأردني.

9. دلت نتائج هذه الدراسة أن لإذاعات FM الأردنية أهمية كبيرة في تلبية احتياجات الشباب الأردني في العديد من المجالات، وذلك لأن ما يزيد على (76٪) من أفراد العينة أفادوا أنها تحقق لهم هذه الاحتياجات.

التوصيات:

بعد مراجعة نتائج الدراسة، فإن الباحث يضمن دراسته مجموعه من التوصيات منها:-

1. التنويع في البرامج التي تقدمها إذاعات FM الأردنية، لترضي الأذواق والمستويات الثقافية كافة، وعدم التركيز على الجوانب الترفيهية.
2. الإعداد الجيد للكوادر المهنية العاملة في إذاعات FM، بما يضمن احترام المواطن لهذه الإذاعات، وتشعره بأنها تخاطب عقله وتبتعد عن السخرية.
3. إعادة ترتيب وتنظيم أوقات البرامج التي تهم الشباب الأردني، والعمل على بثها ضمن أوقات تسمح بوجود كثافة مستمعين، لتؤدي الغرض المطلوب، وبالتالي التحقق من فرصة التقييم الصحيح والسليم للبرامج التي تعرضها.
4. الاهتمام ببرامج التوعية التي تخص المرأة نظراً لتدني نسبة استماعها لإذاعاتFM الأردنية وكذلك الاهتمام ببرامج التوعية التي تتعلق بالشاب الأردني مثل البطالة وغيرها.
5. زيادة الاهتمام ببرامج البث المباشر التي تضمن الحوار المفتوح بين المواطن والمسؤول، وطرح القضايا والمشكلات التي تواجه المجتمع الأردني، مما يعزز ثقة المواطن بوسائل الإعلام المحلية، وتدفعه لمتابعتها والحرص على الاستماع إليها.
6. ضرورة العمل على توضيح صورة المذيع في الإذاعات المحلية، وتفهم طبيعة عمله، التي لا تخرج عن نطاق الإعلام وإخبار الناس بالمعلومات، فهو ليس بالشخص المسؤول وصاحب السلطة والنوذ، أو المعني بإيجاد الحلول للمشكلات التي يطرحها المستمعون، وإنما هو وسيط بين الجمهور وأصحاب الاختصاص.
7. القيام بدراسات ميدانية دورية استطلاعية للوقوف على مدى الاستخدامات والإشباعات التي تحققها هذه الإذاعات للمجتمع المحلي، وبالتالي مساعدة المختصين على التخطيط الجيد للبرامج التي تكفل نسب استماع أعلى.
8. العمل على تحديث البرامج والأخبار على مدار الساعة، لكي تضمن إذاعات FM عدم الرتابة أو الملل التي قد يشعر بها المواطن نتيجة التكرار.

المصادر والمراجع

1. المرسي، محمد محمود (1998)، **دور الإذاعات الإقليمية في معالجة قضايا البيئة**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث، سبتمبر.
2. منكوف، ميخائيل، (2000)، **المبادئ الأساسية في الصحافة الإذاعية**، ترجمة فؤاد الشيخ، دمشق، دار مشرق – مغرب للخدمات الثقافية والطباعة والنشر.
3. مكاوي، حسن عماد، (2008)، **الإذاعة بين الواقع الراهن والمستقبل المنظور**، تونس، الندوة الدولية لإعادة ابتكار الإذاعة 4- 5 يونيو.
4. صبري، أمينة وعبد، خالد جمال (2008)، **مكانة الإذاعات الحكومية ودورها في ظل منافسة الإذاعات الخاصة**، مجلة إتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، العدد (62) تونس.
5. زعموم، خالد وبو معيزة، السعيد (2007)، **التفاعلية في الإذاعة: أشكالها ووسائلها**، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، العدد (61)، تونس
6. مجموعة المرشدون العرب (2010)، **محطات FM الإذاعية في العالم العربي** لعام 2009، www.arabadvisors.com ، 2011/4/23.
7. شلبي، محمد الفهري (2009) **مستقبل الإذاعة على شاشة الراديو**، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد (2) تونس.
8. بشير، المولدي (2009)، **الإذاعة ومقويات الثبات**، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد (2)، تونس.
9. مكاوي، حسن (2009) **الإذاعات الرقمية عبر الأقمار الصناعية**، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد اذاعات الدول العربية العدد (2)، تونس.
10. كتّاب، داوود (2010) **الإعلام المرئي والمسموع في خدمة المجتمع**، www.daoudkuttab.com/arabic/?p=u79 ، 2011/6/7.
11. عماد الطيب كشرود، (2007) البحث العلمي ومناهجه، عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع.
12. ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، أساليب البحث العلمي، (2010)، دار صفاء للنشر والتوزيع، ص 66، الطبعة 4، الاردن.

13. مصطفى، السيد أحمد(٢٠٠٤)، " اتجاهات استخدام الإنترنت :بحث ميداني على عينة من رواد مقاهي الإنترنت في أمارة الشارقة، الشارقة.
14. عامر قنديلجي، (2008) البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، عمان دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع والطباعة.
15. أمين، رضا عبد الواجد، (2007) **الصحافة الالكترونية**، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
16. مرزوق عبد الحكيم العدلي (2004) **الإعلانات الصحفية - دراسة في الاستخدامات والاشباعات**-، ط1، دار الفجر، القاهرة.
17. دائرة الثقافة والإعلام، (2006) **ثقافة الانترنت وأثرها على الشباب**، الشارقة.
18. عبد الله اليوسف الجبوري (2009) :**نظريات التأثير الإعلامية المفسرة لسلوك الجمهور**، الجامعة الكندية العربية الحرة.
19. الشريف، مروه فؤاد، (2010) استخدامات المسنين لإذاعة الكبار المتخصصة بالإشباعات المتحققة منها، **رسالة ماجستير**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
20. المركز الوطني للديموقراطية وحل النزاعات، دور المحطات الإذاعية المستقلة في حرية الإعلام والتحديات التي تواجهها، غزة. مارس.
21. المرسي، محمد محمود، (1998) دور الإذاعات الإقليمية في معالجة قضايا البيئة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث. سبتمبر.
22. الشريف، عابدين، دردير، (1998) إذاعة طرابلس العرب المحلية نشأتها وأهدافها ودورها في تنمية المجتمع، مركز البحوث والتوثيق الإعلامي والثقافي، طرابلس.
23. النزاري، اسماعيل أحمد، (1415هـ) إذاعة القرآن الكريم في المملكة العربية السعودية، دراسة تحليلية تقويمية للبرامج ودراسة ميدانية للجمهور، رسالة دكتوراه، قسم الإعلام، كلية الدعوة بالمدينة المنوره، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المدينة المنورة.
24. السلعوس، محمد هاشم، (2010) برنامج " بصراحة مع الوكيل " همزة وصل بين المواطن والمسؤول "، أبحاث اليرموك، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد (26)، العدد (3)، جامعة اليرموك، إربد – الأردن.

25. الفيتوري، صالح السطى (2007) "الإذاعات المحلية والتنشئة السياسية في ليبيا "، دراسة حالة إذاعات سرت المحلية 2000- 2004، مجلة البحوث العلمية، طرابلس، مركز البحوث والمعلومات والتوثيق الثقافي والإعلامي، العدد 40.

26. دراسة مي الخاجة (1997) "استخدامات الإذاعات المحلية بين أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة الإمارات "، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية مجلد (13) عدد (1). إبريل.

مدى اعتماد النخبة الأكاديمية على القنوات الفضائية العراقية في وقت الأزمات

(دراسة حالة على الاقتحام الإرهابي لمبنى مجلس محافظة صلاح الدين عام 2011)

د. سعد سلمان عبد الله المشهداني

كلية الاداب- قسم الإعلام

جامعة تكريت (العراق)

مقدمة :

يعد التلفزيون وسيلة مهمة ومؤثرة يفوق في تأثيره وسائل الإعلام الأخرى من صحف ومجلات وإذاعة، لما يمتلكه من إمكانية تجسيد الاحداث بالصورة والصوت وتقديم الأدلة الملموسة والمقنعة عن طريق النقل الحي من مواقع الاحداث وعن طريق ربط المشاهد بالحدث مباشرة وادخاله طرفا ايجابيا في الحوارات والمناقشات والماحكات إلى الحد الذي بات فيه هذا الدور واضحاً إلى درجة اقترن اسمه فيها باخطر مجالات العمل السياسي وهو ما اطلق عليه في الوقت الحاضر (بدبلوماسية التلفزيون). وتبرز شبكة (CNN) من بين الشبكات التلفزيونية الفضائية العالمية كونها من أكبر الشبكات وأنشطها، حيث لا يضاهيها في الانتشار منافس وتصل خدماتها إلى بقاع العالم بأكمله، وتنقل الاحداث الحية من مختلف ارجاء المعمورة على مدى (24) ساعة يومياً وتشد الرحال إلى مواقع الأزمات ومناطق الاحتكاك في العالم فور حدوثها، وباتت تؤدي دوراً لا يستهان به في الإعلام الدولي وفي نقل وجهات النظر بين المسؤولين في العالم وقد كان لها دور كبير في تغطية أزمات عديدة منها: أحداث التغيير التي شهدتها دول الاتحاد السوفيتي السابق، وأوروبا الشرقية، وحرب الخليج الثانية، وافغانستان(1).

وقد أصبح موضوع إدارة الأزمات على رأس الموضوعات الحيوية في العالم منذ أزمة الصواريخ الكوبية عام 1962، حين اكتشفت الولايات المتحدة الأمريكية بأن الاتحاد السوفيتي السابق نصَّب صواريخه على جزيرة كوبا ممّا أدى إلى فرض حصار بحري على كوبا في ذلك الوقت وقد توتَّر الموقف بين الدولتين العظيميين حتى أصبح على شفا الانفجار وأصبح العالم يحبس أنفاسه في انتظار المواجهة العسكرية بينهما، ولكن هذه المواجهة أو الأزمة انتهت بحلٍ مرضٍ لكل الأطراف الرئيسة، ففي مقابل سحب الصواريخ تعهَّدت الولايات المتحدة الأمريكية بعدم غزو كوبا . إن أهمية هذا الحدث تكمن في ما قاله وزير الدفاع الأمريكي آنذاك عندما قال(إنَّه لن يدور الحديث بعد الآن عن الإدارة الإستراتيجية وإنما ينبغي أن نتحدث عن إدارة الأزمات)(2).

---

(1) سلافة فاروق الزعبي: اخبار العراق في شبكة CNN الأمريكية من خلال تغطية أزمة القصور الرئاسية – دراسة تحليلية . رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت إلى كلية الاداب بجامعة بغدادعام 1999، ص 79- 80.

(2) د. محمد رشاد الحملاوي : إدارة الأزمات ، الإمارات (أبو ظبي) ، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتجية ،1997 ، ص1 .

وقد أخذ البعد الإعلامي مكانة مهمة في أدبيات دراسة الأزمات، حيث يعد الإعلام أداة رئيسية وفعالة من أدوات إدارة الأزمة سواء على المستوى الداخلي أو على المستوى الخارجي، وقد اهتمت الدراسات التي تناولت البعد الإعلامي في إدارة الأزمة بدراسة دور الإعلام وأجهزته في إدارة الأزمات الداخلية وتحديد ملامح هذا الدور من خلال التعرض لأزمات محددة ذات طبيعة مختلفة فيما يعرف بدراسة الحالة، وكذلك وضع إطار نظري لمفهوم الإدارة الإعلامية للأزمات. كما اهتم جانب آخر من الدراسات بالتركيز على الدور الإعلامي في إدارة الأزمات الدولية أي تلك التي تتسع آثارها وتتعدد الأطراف الفاعلة فيها. وقد أشارت الدراسات التي تناولت دور الإعلام في إدارة الأزمات الداخلية إلى أهمية الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام أثناء الأزمات، بل إن هذه النوعية من الأزمات تعتمد في إدارتها على وسائل الإعلام كأحد مكونات استراتيجية مواجهة الأزمة [1].

وفي عالم تتصاعد فيه الطبيعة التنافسية وتظهر الأزمات التي تهدد النظام السياسي تظهر الجهود الإعلامية كونها إحدى الدعامات الأساسية في التعامل مع هذه الأزمات. وإذا كانت كفاءة إدارة الأزمة تتوقف في جانب أساسي على كفاءة المنظمات في التعامل مع وسائل الإعلام، فإن هذه الوسائل تحتاج إلى أداء خاص أثناء الأزمات حيث يتطلب دورها توفير قدر كبير من المعلومات المستمرة حتى يكون الرأي العام على دراية تامة بإبعاد الأزمة وحتى تقوم بدورها في تنشيط المؤسسات لمجابهة الأزمة وكي تؤدي دورها كحلقة اتصال بين الأفراد وصانعي القرار السياسي والقائمين على إدارة الأزمة [2].

ويهدف هذا البحث إلى التعرف على مدى اعتماد النخبة الأكاديمية على القنوات الفضائية العراقية خاصة وقت الأزمات ذات الطابع(المحلي) وإلى أى مدى استطاع التلفزيون من خلال التغطية الإعلامية لحادث الاقتحام الإرهابي لمبنى مجلس محافظة صلاح الدين (العراق) **يوم الثلاثاء 2011/3/29** جذب أفراد النخبة الأكاديمية إليه فى ظل قنوات وشبكات محلية واقليمية ودولية تستغل تلك الحوادث أفضل استغلال إعلامي ممكن لجذب أكبر عدد من المشاهدين وترويج بعض أهدافها الدعائية.

---

(1) د. هويدا مصطفى : الاعلام والأزمات المعاصرة ، القاهرة ، دار مصر المحروسة ، 2008 ، ص 26 ـ 27

(2) د. السيد عليوه : إدارة الأزمات والكوارث ـ حلول عملية وأساليب وقائية ، القاهرة ، مركز القرار للاستشارات ، 1997 ، ص26 .

الإطار النظري للبحث :

يعتمد هذا البحث على نموذج اعتماد الفرد على وسائل الإعلام، وهو جزء من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والذي يشكل بدوره علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام، تلك النظرية التي اهتم بها ميلفين ديفلير وبول روكيتش منذ بداية السبعينيات من القرن الماضي بالتطبيق على المجتمعات الصناعية . فالأفراد وفق هذه النظرية يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدراً من مصادر تحقيق أهدافهم . ويقوم المنظور الخاص باعتماد الأفراد على وسائل الإعلام على دعامتين رئيسيتين : الدعامة الأولى إن هناك أهدافاً للافراد يبغون تحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة سواء كانت هذه الأهداف شخصية أو اجتماعية . أما الدعامة الثانية فتقوم على اعتبار نظام وسائل الإعلام نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالأفراد . وتتمثل هذه المصادر في مراحل استقاء المعلومات ونشرها مروراً بعملية الأعداد والترتيب والتنسيق لهذه المعلومات ثم نشرها بصورة أخرى .

الإطار المنهجي للبحث :

نوع البحث:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف ظاهرة معينة هي اعتماد النخبة الأكاديمية العراقية على التلفزيون العراقي في حالات الأزمات.

مشكلة البحث :

تتمثل مشكلة البحث في التعرف على جوانب علاقات اعتماد النخبة الأكاديمية على التلفزيون أثناء الأزمات وترتيب أهميتها لدى الجمهور وأسباب اعتماده عليها ، ومدى شدة ثقته بها والتأثيرات المختلفة المترتبة على اعتماد الجمهور عليها كمصادر للمعلومات .

فروض البحث :

1- كلما تنوعت مصادر النخبة الأكاديمية فى الحصول على المعلومات قلّ الاعتماد على التلفزيون الوطني بأن يكون مصدراً للمعلومات عن حادث الاقتحام الإرهابي لمبنى مجلس محافظة صلاح الدين عام 2011.

2- كلما زادت ثقة النخبة الأكاديمية فى التلفزيون كونها مصدراً للمعلومات زاد الاعتماد عليه وقت الأزمات.

3- توجد علاقة ارتباطية قوية بين اعتماد النخبة الأكاديمية على التلفزيون والتأثيرات المعرفية والسلوكية للحادث لدى النخبة الأكاديمية العراقية .

منهج البحث:

يعتمد البحث على منهج المسح الميداني على عينة عشوائية من النخبة الأكاديمية في جامعة تكريت على اختلاف اهتماماتهم وتخصصاتهم العلمية فضلاً عن أسلوب دراسة الحالة وهى دراسة حادث الاقتحام الإرهابي لمبنى مجلس محافظة صلاح الدين يوم الثلاثاء 2011/3/29.

أسلوب جمع البيانات:

تم استخدام استمارة استبانة على النخبة الأكاديمية العراقية لمعرفة مدى اعتماد تلك النخبة على التلفزيون بأن يكون مصدراً للمعلومات عن حادث الاقتحام الإرهابي لمبنى مجلس محافظة صلاح الدين يوم الثلاثاء 2011/3/29.

عينة البحث :

يبلغ إجمالي مفردات عينة البحث 100 مفردة تم اختيارها بطريقة العينة العشوائية من أساتذة جامعة تكريت في محافظة صلاح الدين (العراق).

الدراسات السابقة:

يوجد عدد من الدراسات التي اهتمت ببحث إدارة الأزمات ودور وسائل الإعلام في ذلك، ويمكن عرض أهمها كما يأتي :

1. دراسة توجل [1] (1991) Tuggle: بحثت هذه الدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام في تغطية الأزمات وأوجه الاتفاق والاختلاف بين تلك الوسائل في عرض الاجراءات الاتصالية التي اتخذت من جانب الجهات المسؤولة في إدارة الأزمة عن حدوثها . وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة أهمها تفوّق التلفزيون على وسائل الإعلام كافة لاعتماده على التحليل والواقعية في عرض التغطية وتوصلت كذلك

(1) Tuggle, Charlie : Media Relations – During Crisis coverage The Gainesville student Murders , Public Relations Quarterly , Vol. 36 , No.2, pp.23 – 28 .

إلى اتفاق بين مضمون نشرات الاخبار في التلفزيون وبين مضامين الصحف والمجلات الصادرة .

2. دراسة سوزان القليني (1998) [1]: استهدفت هذه الدراسة التعرف على مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون المصري وقت الأزمات المحلية والعالمية، بالاعتماد على منهج المسح الميداني من خلال توزيع صحيفة استبانة على عينة مكونة من 125 مفردة من الصفوة الإعلامية والسياسية لجمع المعلومات عن حادث الاقصر الإرهابي . وتوصلت إلى نتائج عدة تفيد القصور في التغطية التلفزيونية للحادث في جوانب منها عدم وجود تقارير متعمقة أو تحليلات إخبارية حول الحادث وسطحية التغطية الإعلامية .

3. دراسة محمد شومان (1999)[2]: اهتمت الدراسة بتحليل مضمون الصحف المصرية عينة الدراسة في تناولها لكارثة قطار كفر الدوار حيث تمثلت في عينة من الصحف القومية من الأهرام والأخبار والجمهورية وكذلك عينة من الصحف الحزبية من الوفد والاهالي والشعب وانتهت الدراسة إلى أن هناك عوامل تؤثر في إدارة الأزمات ومدى التوازن في عرض الموضوعات ومنها سياسة الصحيفة والجوانب المهنية المرتبطة بالقائمين بتغطية الأزمات، كما خلصت الدراسة إلى أن أغلب الصحف القومية والحزبية قد ركزت على الجانب الإنساني في تغطية الأزمات عند حدوثها .

4. دراسة مها كامل الطرابيشي (2001) [3]: اهتمت الدراسة بمعرفة مدى اعتماد الجمهور المصري على الصحف وقت الأزمات وخاصة أزمة سقوط الطائرة المصرية

(1) سوزان القليني : مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون وقت الأزمات . دراسة حالة على حادث الاقصر . المجلة المصرية لبحوث الاعلام . العدد الرابع سنة 1998 ، ص 33 ـ 64 .

(2) د. محمد علي شومان : إدارة الصحف المصرية لكارثة قطار كفر الدوار ـ دراسة تحليلية لعينة من الصحف القومية والحزبية . المؤتمر السنوي الرابع للادارة الأزمات ، كلية التجارة ، جامعة عين شمس . المجلد الثاني، بحث رقم (51) سنة 1999 ، ص 503 ـ 559 .

(3) مها كامل الطرابيشي : مدى اعتماد الجمهور على الصحف المصرية في معالجة الأزمات الطارئة ـ دراسة حالة سقوط الطائرة المصرية ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، العدد الثالث ، المجلد الثاني ، سنة 2001 ، ص173 ـ 207 .

في أمريكا نهاية تشرين الأول 1999 ، حيث اعتمدت على منهج المسح بالعينة من أفراد الجمهور المصري . وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة أهمها ارتفاع مقروئية الصحف المصرية لدى الجمهور المصري حيث جاءت تفضيل الجمهور المصري لقراءتها ثم تلتها الصحف الحزبية فالمجلات المتخصصة ثم الصحف المصرية المستقلة وأخيراً الصحف العربية والأجنبية .

المبحث الأول : وسائل الإعلام والأزمات المعاصرة

إن محاولة الوقوف على تعريف واحد محدد للأزمة أمر في غاية الصعوبة تنوء به جهود أي باحث، وذلك أمام آلاف من الدراسات والبحوث التي حاولت تعريف الأزمة ويكفي أن نشير إلى دراسة لباحث مصري حاول أن يحدد مفهوم الأزمة فأورد ما يقرب من خمسة وثلاثين تعريفاً للأزمة[1] . تعرَّف الأزمة بأنها (لحظة قرار) أي وقت صعوبة وشدة يهدد تاريخ الشخص أو المنظمة أو الدولة، وترجع أصول كلمة أزمة (Crisis) إلى الكلمة اللاتينية Krinein ومعناها أن تقرّر (Todecide)[2] . وفي المعاجم اللغوية العربية ومنها مختار الصحاح نجد تعريف الأزمة في مادة (أزم) وتعني القحط أو الشدة [3]. أما في معاجم اللغة الانكليزية فيعرف قاموس ويبستر الأزمة(Crisis) بأنها نقطة تحول للأحسن أو الأسوأ في مرض خطير أو حمى، ضغوط أو خلل في الوظائف، تغيير جذري في حياة الانسان، وقت عصيب غير مستقر وأوضاع غير مستقرة[4]. وتعرف دائرة معارف العلوم الاجتماعية الأزمة بأنها : (حدوث خلل خطير ومفاجئ في العلاقات بين شيئين)، ويقدم وليم كوانت التعريف الاتي للأزمة : (الأزمة هي تلك النقطة الحرجة واللحظة المناسبة التي يتحدد عندها مصير تطورها)،

(1) قدري علي عبد المجيد : دور الاتصال في إدارة الأزمات . دراسة حالة على حادث الاقصر الارهابي عام 1997 ، رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام بجامعة القاهرة عام 2003 ، ص 128 . 137 .

(2) حسن عماد مكاوي : الإعلام ومعالجة الأزمات ، القاهرة ، الدار المصرية . اللبنانية ، 2005 ، ص 48

(3) محمد أبو بكر الرازي: مختار الصحاح ، تحقيق دائرة المعاجم ، بيروت ، مكتبة لبنان، 1989، ص 13

(4) Webster ,New World dictionary of American Fngl:sh , Ieyland ,OHsimonamc schusterw , 1997 . p.275 .

ويعرف جوناثان روبرت الأزمة بأنها : (مرحلة الذروة في توتر العلاقات في بنية استراتيجية وطنية أو إقليمية أو محلية)[1] . وتعرف الأزمة كذلك بأنها خلل يؤثر تأثيراً مادياً على النظام ويهدد الافتراضات الرئيسية التي يقوم عليها هذا النظام . وذلك في ظل دائرة من عدم التأكد وقصور المعرفة واختلاط الاسباب بالنتائج وتداعي الاحداث بشكل متلاحق يزيد من حدتها[2] . والأزمة بهذا المعنى هي نتاج لحدث أو قوة أو خطر داهم غير عادي ومباغت، ويرتب هذا الخطر أحداثاً متلاحقة متشابكة ويتطلب علاجاً سريعاً في فترة زمنية محددة للغاية، ولأن هذا الخطر يجيء مفاجئاً فإنه يولد صدمة يتوقف عمقها وتأثيرها على درجة التحسب لاحتمالات الخطر والتخطيط لمواجهتها . كما أن الأزمات هي معارف خاصة تعتمد على إدراكنا لحالات الخلل والتمزق والتي نعتقد أنها تؤدي إلى تناقضات وتغيرات مفاجئة لدرجة يصعب التوافق معها[3] . تعني حادث خطير يؤثّر على أمن الناس والبيئة ويؤدي إلى نتائج سلبية تهدد استقرار أو سمعة الدولة أو المجتمع أو المنظمة كلما اتسع انتشاره[4]. ومما تقدم ومن خلال الاطلاع على التعريفات الواردة للأزمة نستطيع ملاحظة أن جهود الباحثين لتصنيف تلك التعريفات قد انضوت إلى خمس فئات : الفئة الأولى ركزت على موقف الأزمة وما يتضمنه من تهديد أو خطر، اما الفئة الثانية فقد ركزت في تعريفها للأزمة على نتائج الأزمة وجوانبها السلبية، في حين ركزت الفئة الثالثة على الاستجابة المطلوبة لمواجهة الأزمة . وقد ركزت الفئة الرابعة على الجانب الايجابي والسلبي للأزمة ، أما الفئة الخامسة من الباحثين فقد ركزت على مدى الادراك والوعي بوجود الأزمة[5] .

---

(1) د. أديب خضور : الإعلام والأزمات ، الرياض ، أكاديمية نايف العربية للعلوم الامنية ، 1999 ، ص 7 . 8 .

(2) د. سيد الهواري : إدارة الأزمات ، القاهرة ، مكتبة عين شمس ، 1998 ، ص4 .

(3) د. محمد علي شومان : إدارة الصحف المصرية لكارثة قطار كفر الدوار ، مصدر سابق ، ص 503 . 559 .

(4) حسن عماد مكاوي : الإعلام ومعالجة الأزمات ، مصدر سابق ، ص 48 .

(5) د. حمدي شعبان : الاعلام الامني وإدارة الأزمات والكوارث ، ط 3 ، القاهرة ، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات ، 2008 ، ص 87 . 88 .

وتشير الدراسات الرائدة في مجال الأزمات والكوارث إلى أن الباحثين الأوائل قد اهتموا بدور الاتصال والإعلام في إدارة الأزمة، من هنا تطورت بحوث الإعلام والاتصال والعلاقات العامة التي تركز على دور الاتصال في التحذير من الأزمات والكوارث واحتواء الآثار السلبية للأزمات، وتوفير البيانات والمعلومات للجمهور ، مع وضع قواعد أسس إرشادية للتغطية الإعلامية للأزمات والكوارث بحيث لا تؤدي إلى الذعر أو اتخاذ مواقف وردود أفعال سلبية، بالإضافة إلى تطوير قدرة المنظمات الإعلامية على إنتاج ونشر الرسائل الإعلامية بسرعة وبطريقة واضحة ومؤثرة للحيلولة دون ظهور وانتشار الشائعات[1].

ويعد مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام مدخلاً مناسباً لدراسة أبعاد علاقة اعتماد النخبة الأكاديمية على هذه الوسائل أثناء الأزمات إذ يعد مدخلاً سوسيولوجياً وظيفياً، وهو جزء من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية التي قدمها ديفلير وروكيتش، ويتناول هذا المدخل العلاقة بين وسائل الإعلام كنظم والنظم الاجتماعية الأخرى في إطار السياق الاجتماعي الكلي، حيث يمكن أن يعتمد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام بنفس الطريقة في تحديد العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى[2] . ومن هنا، فإن تعامل وسائل الإعلام مع موضوع الأزمة لها عناصر أساسية مشتركة يجب أن تقوم عليها أي خطة إعلامية لإدارة الأزمات والكوارث وتعتبر هذه العناصر الأساسية شروط عامة لنجاح وفاعلية تصميم الخطط الإعلامية لمواجهة الأزمات والكوارث وهي كما يأتي [3]:

1. تحديد المخاطر والأزمات المحتملة: يستدعي تصميم الخطة الإعلامية لمواجهة الأزمات والكوارث تحديد المخاطر المحتملة التي قد تتعرض لها الهيئة أو المنظمة ووضع قائمة بأولويات تلك المخاطر ومراجعتها دورياً واختصارها في سلة أزمات . ويتم أعداد سيناريوهات أزمة أو كارثة متوقعة بين أفراد فريق الأزمات بطريقة طرح أسئلة ماذا لو ؟ على أن يتفق المشاركون على عدم استبعاد مناقشة أي اختمال أو سيناريو بما في ذلك أسوأ سيناريو وأفضل سيناريو .

---

(1) د. محمد شومان : الإعلام والأزمات ـ مدخل نظري وممارسات عملية ، ط 2 ،القاهرة ، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع ، 2006 ، ص 20 ـ 21 .

(2) د. محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، ترجمة كمال عبد الرؤوف ، القاهرة ، الدار الدولية للنشر والتوزيع ، 1993 ، ص 414 ـ 415 .

(3) د. محمد شومان : مصدر سابق ، ص71 ـ 97 .

2. تحديد الأهداف : إن نقطة البدء في التخطيط بصفة عامة هو تحديد الأهداف، وبطبيعة الحال، فإن أهداف خطة إعلام الأزمات ترتبط وتعكس أهداف الخطة العامة لإدارة الأزمات والكوارث وتعد جزءاً منها وهي بدورها مستمدة من الأهداف الاستراتيجية للهيئة أو المنظمة .

3. تحديد الجماهير : العنصر الثالث في الخطة الإعلامية لمواجهة الأزمات والكوارث هو تحديد الجماهير المستهدفة والتي لها علاقة مباشرة أو غير خبراء إعلام الأزمات بضرورة تحديد الجماهير في كل أزمة أو كارثة محتملة، لأن لكل أزمة أو كارثة جمهوراً خاصاً بها وذلك بحسب طبيعة ونوعية الأزمة .

4. تحديد الوسائل والإمكانيات المتاحة : تتطلب الخطة الإعلامية لمواجهة الأزمات والكوارث إلى إمكانيات مادية وفنية وعناصر بشرية مدربة ، من هنا، فإن التقدير السليم لحجم الأنشطة المطلوبة والجماهير المستهدفة وتكلفة ذلك والموازنة بين الإمكانيات المتاحة والمطلوبة والسعي لسد النقص في الإمكانيات المادية والأجهزة الفنية .

5. أعداد الرسالة : يعتبر إعداد رسالة مفيدة وفعالة خطوة بالغة الأهمية في مواجهة الأزمات والكوارث إعلامياً ، إذ إن ما تقوله أثناء الأزمة قد يعد أكثر أهمية عما تفعله، خاصة في الساعات الأولى لوقوع الأزمة .

6. التدريب : أن نصف النجاح في إدارة الأزمة إعلامياً يرتبط بالتدريب، فلا توجد أي قيمة للخطط بدون التدريب، والقاعدة التي يقترحها خبراء إعلام الأزمات هي بذل جهد متساو على التخطيط والتدريب، فالتدريب لا يهدف فقط إلى التعلم واكتساب مهارات وخبرات جديدة لكنه يهدف أيضاً إلى اختبار خطة إدارة الأزمة إعلامياً .

ويفترض مدخل اعتماد الفرد على وسائل الإعلام الآتي[1] :

1. تختلف الأنظمة الاجتماعية وفقاً لدرجة استقرارها، وكلما زادت درجة عدم الاستقرار كلما زادت الحاجة إلى البحث عن المعلومات .

2. كلما كان لدى النظام الإعلامي القدرة على تلبية احتياجات الجمهور زاد اعتماد الأفراد عليه، وفي حالة وجود مصادر بديلة، فإن ذلك يمكن أن يقلل من اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام .

[1] د. حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد : الاتصال ونظرياته المعاصرة ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، 2008 ، ص 325 . 333 .

3. توجد اختلافات بين أفراد الجمهور من حيث اعتمادهم على وسائل الإعلام.

وقدم ديفلير وروكيتش ثلاثة أنواع من التأثيرات التي تنتج من اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام وتحدد في نفس الوقت الأهداف الخاصة بالجمهور من الاعتماد على وسائل الإعلام وتتمثل هذه التأثيرات في :

أولاً : التأثيرات المعرفية : ووتصل بمعارف ومعلومات الأفراد على تجاوز مشكلة الغموض وتكوين الاتجاهات وترتيب أولويات الجمهور واتساع المعتقدات والقيم .

ثانياً : التأثيرات الوجدانية : وتتصل بالاتجاهات والمشاعر مثل الفتور العاطفي والخوف والقلق والتأثيرات الأخلاقية والمعنوية .

ثالثاً : التأثيرات السلوكية : وغالباً ما يكون السلوك نتيجة لحدوث التغييرات المعرفية والعاطفية وتنحصر في سلوكين أساسيين هما الفعالية أو عدم الفعالية .

وعند الحديث عن دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمات والتصدي لها نجد أن العقد الأخير من القرن العشرين قد شهد تحولاً كبيراً في مجال الاقتصاد الدولي حيث استخدمت العديد من المنظمات استراتيجيات الدمج في كيانات اقتصادية عملاقة وأدت هذه الاندماجات إلى استحداث أساليب اتصالية تواكب انفتاح الأسواق العالمية وتتيح تدفق المعلومات وتبادلها بشكل فوري وسهل. وقد تعرضت هذه الكيانات العملاقة إلى مشكلة تلبية حاجات وسائل الإعلام للحصول على المعلومات بالدقة والسرعة المطلوبة، والحذر من تقديم معلومات خاطئة، أو غير متكاملة، إذ إن حجب المعلومات يؤدي إلى فقدان ثقة المستثمرين بالدرجة الأولى والجمهور العام في بهذه المنظمات عندما تواجه أزمات معينة فانه قد يسبب ذلك في انهيار أسعار الأسهم، مما يضاعف من آثار الأزمة على المنظمات الاقتصادية الكبرى وتقوم وسائل الإعلام بدور مؤثر عند مواجهة الأزمات من قبل هذه المنظمات وصولا إلى الأزمات الكبرى التي تواجه الدول حيث تساعد على إدارة الأزمة بفعالية ونجاح وتحاول الحفاظ على صورة ايجابية للمنظمة تجاه جماهيرها الداخلية والخارجية، كما أن الجمهور سوف يعتمد عليها في معرفة التفاصيل عن كل الأزمات، فهي تمثل المصدر الرئيسي للمعلومات عن الأزمة لدى الجمهور، كما أنها تساهم بشكل أو بآخر في تشكيل اتجاهاته نحو الأزمة وكيفية إحكامها والسيطرة عليها. وتظهر أهمية وسائل الإعلام هنا في مواجهة الشائعات التي تنتشر بسرعة بالغة وقت الأزمة، والتي

تكون لها بدون شك آثار سلبية عن الأزمة وإدارتها ، ويساعد جو الغموض وعدم تقديم المعلومات الصادقة والكافية للجمهور في سرعة انتشار الشائعات[1] .

المبحث الثاني : نتائج الدراسة الميدانية

قام الباحث بتوزيع استمارة استبانة على عينة عشوائية من أساتذة جامعة تكريت وبواقع (100) مفردة خلال شهر تشرين الأول 2011 . وبعد تفريغ البيانات توصل الباحث إلى النتائج الاتية :

أولاً : ترتيب النخبة الأكاديمية للقنوات الفضائية من حيث الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات أثناء الأزمات .

يوضح الجدول رقم (1) النتائج التي أسفرت عنها الدراسة الميدانية بشأن ترتيب النخبة الأكاديمية في جامعة تكريت للفضائيات العراقية من حيث أهمية الاعتماد عليها كمصادر للمعلومات أثناء الأزمات :

جدول رقم (1)

يوضح ترتيب النخبة الأكاديمية في جامعة تكريت للقنوات الفضائية من حيث أهمية الاعتماد عليها كمصادر للمعلومات أثناء الأزمات ونسبتهم المئوية

المرتبة	الوسائل الإعلامية المفضلة أثناء الأزمات	عددهم	نسبتهم المئوية
1	القنوات الفضائية العراقية	88	٪88
2	القنوات الفضائية العربية	12	٪12
	المجموع	100	٪100

وتدل نتائج الجدول السابق إلى أن النخبة الأكاديمية العراقية اعتمدت في الترتيب الاول على الفضائيات العراقية كمصادر للمعلومات أثناء أزمة اقتحام مبنى مجلس محافظة صلاح الدين يوم 2011/3/29 من قبل مجموعة مسلحة مما يشير ذلك إلى حرص النخبة الأكاديمية على التعرف على وجهة النظر الإعلامية العراقية بشأن الأزمة ورغبتهم في الحصول على التفسيرات الأساسية من وسائل الإعلام العراقية . أما في الترتيب الثاني فتعتمد هذه النخبة على القنوات الفضائية العربية كونها مصدر معلومات لتلك الأزمة .

---

[1] د. مي صلاح الدين شريف : إدارة الأزمات ـ الوسيلة للبقاء ، القاهرة ، دار البيان للنشر ، 1998 ، ص 197 .

ويمكن تفسير ذلك أن التلفزيون يتمتع بقدرة عالية على إذاعة الأخبار المتعلقة بالأزمة لحظة حدوثها مصاحباً ذلك بصور وامكانات بصرية جذابة وحيوية بشكل لا يتوفر في الصحف ويتفوق فيها على الإذاعة كذلك، فإن فاعلية مزايا التلفزيون تدفع النخبة الأكاديمية العراقية إلى الاعتماد عليه كمصدر للمعلومات أثناء الأزمات .

ثانياً : أسباب اعتماد النخبة الأكاديمية على الفضائيات العراقية كونها مصدراً للمعلومات أثناء الأزمات

أوضحت نتائج الدراسة الميدانية بشأن أسباب اعتماد النخبة الأكاديمية على الفضائيات العراقية كمصدر للمعلومات أثناء الأزمات بالشكل الذي يوضحه الجدول الآتي :

جدول رقم (2)

يوضح أسباب اعتماد النخبة الأكاديمية على الفضائيات العراقية كونها مصدراً للمعلومات أثناء الأزمات ونسبتهم المئوية

المرتبة	أسباب اعتماد النخبة الأكاديمية على الفضائيات العراقية أثناء الأزمات	العدد	النسبة المئوية
1	المساعدة في فهم وتفسير الأزمة	44	%44
2	القضاء على التوتر الشخصي الناجم عن وقوع الأزمة	19	%19
3	توجيه الفرد إلى الانماط السلوكية الملائمة للتعامل مع الأزمة	11	%11
4	استخدام معلومات وسائل الإعلام في ادراك الحقائق وتشكيل التوقعات	10	%10
5	فهم المعاني التي تشكلها وسائل الإعلام عن الأزمات	6	%6
6	اكتساب التفسيرات التي تساعد على اتخاذ القرارات الخاصة والاجتماعية	5	%5
7	فهم وإدراك الذات وسط العالم المحيط بالفرد	5	%5
	المجموع	100	%100

ووفقاً لمدخل الاعتماد على وسائل الإعلام ذكر ديفلير وروكيتش أن البقاء الذي يعد من الدوافع الإنسانية الرئيسية يدفع الأفراد إلى محاولة تحقيق ثلاثة أهداف مهمة هي الفهم والتوجيه والتسلية[1] . تدل بيانات الجدول السابق أن أسباب اعتماد النخبة الأكاديمية العراقية على الفضائيات العراقية في متابعة أزمة اقتحام مبنى مجلس محافظة صلاح الدين

(1) ميلفين ل. ديفلير وساندرا ب. روكيتش : نظريات وسائل الاعلام ، ترجمة كمال عبد الرؤوف ، القاهرة ، الدار الدولية للنشر والتوزيع ، 1993 ، ص 414 ـ 415 .

يوم 2011/3/29 من قبل مجموعة مسلحة (أعلنت عن نفسها فيما بعد بأنها تنظيم دولة العراق الاسلامية) قد ركزت على هدفين هما الفهم والتوجيه وقد جاءت أسباب الفهم في ترتيب متقدم عن أسباب التوجيه وتمثلت في استخدام معلومات الفضائيات العراقية في إدراك الحقائق وتشكيل التوقعات وفهم المعاني واكتساب التفسيرات التي تساعد تلك النخبة على اتخاذ القرارات الخاصة والاجتماعية .

ثالثاً : الانتقادات الموجهة من النخبة الأكاديمية للفضائيات العراقية بشأن معالجتها لأزمة اقتحام مبني مجلس محافظة صلاح الدين

أوضحت نتائج الدراسة الميدانية الانتقادات التي وجهتها النخبة الأكاديمية للفضائيات العراقية بشأن معالجتها لأزمة اقتحام مبنى مجلس محافظة صلاح الدين يوم 2011/3/29 من قبل مجموعة مسلحة (تنظيم دولة العراق الاسلامية) من خلال ما يوضحه الجدول الآتي :

جدول رقم (3)

يوضح الانتقادات التي وجهتها النخبة الأكاديمية للفضائيات العراقية بشأن معالجتها للأزمة اقتحام مبني مجلس محافظة صلاح الدين ونسبتهم المئوية

المرتبة	الانتقادات التي وجهتها النخبة الأكاديمية للفضائيات العراقية	العدد	النسبة المئوية
1	الاهتمام بردود أفعال الشخصيات الرسمية تجاه الأزمة	36	٪36
2	قلة التحليلات والتحقيقات المتابعة للحدث	24	٪24
3	عدم نقل كل ماينشر عن تفاصيل الحدث في وسائل الإعلام الاجنبية	17	٪17
4	عدم عرض وجهات النظر المختلفة بدقة وموضوعية	14	٪14
5	التحيز لوجهة النظر الرسمية للدولة تجاه الحدث	5	٪5
6	انخفاض مصداقية التغطية الاخبارية للحدث	3	٪3
7	التقليل غير الموضوعي لحجم الأزمة	2	٪2
	المجموع	100	٪100

ويدل الجدول السابق على أن النخبة الأكاديمية العراقية ترى أن هناك انتقادات موجهة من قبلها إلى الفضائيات العراقية أثناء أزمة اقتحام مبنى مجلس محافظة صلاح

الدين يوم 2011/3/29 تتمثل أهمها في الاهتمام بردود أفعال الشخصيات الرسمية تجاه الأزمة وقلة التحليلات والتحقيقات المتابعة للحدث وعدم نقل كل ماينشر عن تفاصيل الحدث في وسائل الإعلام الأجنبية كذلك عدم عرض وجهات النظر المختلفة بدقة وموضوعية والتحيز لوجهة النظر الرسمية للدولة تجاه الحدث . ويشير هذا إلى أوجه القصور التي عانت منها الفضائيات العراقية في التعامل مع أزمة اقتحام مبنى مجلس محافظة صلاح الدين الذي أدى إلى مقتل وجرح العشرات من المدنيين ورجال الامن، مما يؤكد حاجتها إلى إحداث تعديل في معالجاتها لزياردة فاعليتها ، كذلك هناك حاجة قائمة إلى دور فعال من جانب القائمين على القنوات الفضائية العراقية أكبر من مجرد جمع المعلومات ونقلها إلى محاولة تكوين اتجاهات وأفكار مساهمة في احداث تغيير وهو ما يحتاج إلى مصداقية ومساهمات تحليلية وتفسيرية .

رابعاً : التأثيرات المترتبة على اعتماد النخبة الأكاديمية على الفضائيات العراقية كمصادر للمعلومات لأزمة اقتحام مبنى مجلس محافظة صلاح الدين

أوضحت نتائج الدراسة الميدانية التأثيرات المترتبة على اعتماد النخبة الأكاديمية على الفضائيات العراقية كمصادر للمعلومات لأزمة اقتحام مبنى مجلس محافظة صلاح الدين يوم 2011/3/29 بالشكل الذي يوضحه الجدول الآتي :

جدول رقم (4)

يوضح التأثيرات المترتبة على اعتماد النخبة الأكاديمية على الفضائيات العراقية كمصادر للمعلومات لأزمة اقتحام مبنى مجلس محافظة صلاح الدين يوم 2011/3/29 ونسبتهم المئوية

المرتبة	التأثيرات المترتبة على اعتماد النخبة الأكاديمية على الفضائيات العراقية	العدد	النسبة المئوية
1	التأثيرات المعرفية :		
	أ.توسيع نطاق المعلومات بشأن الاطراف المتصلة بالأزمة	24	%24
	ب.معرفة حدوث الأزمة	18	%18
	ج. تفسير اسباب حدوث الأزمة واثارها	15	%15
	د. المساعدة في تشكيل الاتجاهات نحو مختلف ابعاد الأزمة	13	%13
2	التأثيرات الوجدانية :		
	أ- استمرار التفاعل مع الاحداث على الرغم من تكرار التعرض للأزمات	10	%10
	ب- رفع الروح المعنوية نتيجة لزيادة الشعور الجماعي	8	%8
	ج- تقليل الخوف والمخاوف الناتجة عن وقوع الأزمة	7	%7
	د- دعم الرغبة في تقديم العون للاخرين المتأثرين بالأزمة	5	%5
	المجموع	100	%100

ويدل الجدول السابق على ان أغلب التأثيرات المترتبة على اعتماد النخبة الأكاديمية العراقية على القنوات الفضائية العراقية في أزمة اقتحام مبنى مجلس محافظة صلاح الدين كانت في الترتيب الأول : تأثيرات معرفية وبالذات فيما يتعلق بتوسيع نطاق المعلومات بشأن الأطراف المتصلة بالأزمة ومعرفة حدوث الأزمة . وقد جاءت التأثيرات الوجدانية بالمرتبة الثانية وبالذات فيما يتعلق باستمرار التفاعل مع الأحداث على الرغم من تكرار التعرض للأزمات ورفع الروح المعنوية نتيجة لزيادة الشعور الجماعي .

خاتمة واستنتاجات:

خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج الآتية :

1. تصدرت القنوات الفضائية العراقية وسائل الإعلام الأخرى باعتبارها أول مصدر للإعلام عن حادث الاقتحام الإرهابي لمبنى مجلس محافظة صلاح الدين الذي حدث يوم الثلاثاء 2011/3/29 .
2. تنوعت التأثيرات المترتبة على اعتماد النخبة الأكاديمية العراقية على التلفزيون وجاءت فى المقدمة التأثيرات المعرفية تلها التأثيرات الوجدانية، مما يعكس نجاح القنوات الفضائية العراقية فى إحداث التأثير المعرفي المطلوب خلال الحادث.
3. ظهرت علاقة ارتباطية قوية بين النخبة الأكاديمية في محافظة صلاح الدين والاعتماد على التلفزيون خلال حادث الاقتحام الإرهابي لمبنى مجلس محافظة صلاح الدين .
4. برزت قناة بغداد الفضائية كأفضل مصدر غطى حادث الاقتحام الإرهابي لمبنى مجلس محافظة صلاح الدين .
5. إتضح وجود قصور فى استكمال التغطية التلفزيونية لحادث الاقتحام ظهرت سماته من خلال عدم وجود تقارير متعمقة وتحليلات إخبارية حول الحادث وسطحية التغطية الإعلامية للحادث وتجريدها .

المصادر والمراجع

1. أديب خضور : الإعلام والأزمات ، الرياض ، أكاديمية نايف العربية للعلوم الامنية ، 1999 .
2. حسن عماد مكاوي : الإعلام ومعالجة الأزمات ، القاهـرة ، الدار المصـرية ـ اللبنانيـة ، 2005 .
3. حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد : الاتصال ونظرياته المعاصرة ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، 2008 .
4. حمدي شعبان : الإعلام الامني وإدارة الأزمات والكوارث ، ط 3 ، القاهرة ، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات ، 2008 .
5. سلافة فاروق الزعبي : اخبار العراق في شبكة CNN الأمريكية من خلال تغطية أزمة القصور الرئاسية – دراسة تحليلية ، رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت إلى كلية الاداب بجامعة بغداد عام 1999.
6. سوزان القليني : مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون وقت الأزمات ـ دراسة حالة على حادث الاقصر ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الرابع سنة 1998 .
7. سيد الهواري : إدارة الأزمات ، القاهرة ، مكتبة عين شمس ، 1998 .
8. السيد عليوه : إدارة الأزمات والكوارث ـ حلول عملية وأساليب وقائية ، القاهرة ، مركز القرار للاستشارات ، 1997.
9. قدري علي عبد المجيد : دور الاتصال في إدارة الأزمات ـ دراسة حالة على حادث الاقصر الإرهابي عام 1997 ، رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام بجامعة القاهرة عام 2003 .
10. محمد أبو بكر الرازي: مختار الصحاح ، تحقيق دائرة المعاجم ، بيروت ، مكتبة لبنان، 1989.
11. محمد رشاد الحملاوي : إدارة الأزمات ، الامارات (أبو ظبي) ، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتجية ، 1997 .
12. محمد شومان : الإعلام والأزمات ـ مدخل نظري وممارسات عملية ، ط 2 ،القاهرة ، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع ، 2006 .

13. محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، ترجمة كمال عبد الرؤوف ، القاهرة ، الدار الدولية للنشر والتوزيع ، 1993 .
14. محمد علي شومان : إدارة الصحف المصرية لكارثة قطار كفر الدوار - دراسة تحليلية لعينة من الصحف القومية والحزبية ، المؤتمر السنوي الرابع للادارة الأزمات ، كلية التجارة ، جامعة عين شمس ، المجلد الثاني، بحث رقم (51) سنة 1999 .
15. مها كامل الطرابيشي : مدى اعتماد الجمهور على الصحف المصرية في معالجة الأزمات الطارئة - دراسة حالة سقوط الطائرة المصرية ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، العدد الثالث ، المجلد الثاني ، سنة 2001 .
16. مي صلاح الدين شريف : إدارة الأزمات - الوسيلة للبقاء ، القاهرة ، دار البيان للنشر ، 1998
17. ميلفين ل. ديفلير وساندرا ب. روكيتش : نظريات وسائل الإعلام ، ترجمة كمال عبد الرؤوف ، القاهرة ، الدار الدولية للنشر والتوزيع ، 1993 .
18. هويدا مصطفى : الإعلام والأزمات المعاصرة ، القاهرة ، دار مصر المحروسة ، 2008.
(19) Tuggle, Charlie : Media Relations – During Crisis coverage The Gainesville student Murders , Public Relations Quarterly , Vol. 36 , No.2 .
(20) Webster ,New World dictionary of American Fngl:sh , leyland ,OHsimonamc schusterw , 1997 .

استطلاع آراء الصحفيين الأردنيين
حول انضمام الأردن
لمجلس التعاون الخليجي

دراسة مسحيّة للرأي العام الطبقي

الدكتور عبدالكريم علي الدبيسي
الدكتور زهير ياسين الطاهات
قسم الصحافة والإعلام - جامعة البترا

ABSTRACT

This survey study reflected the views of the Jordanian journalists since they are among the most important social groups consisting of the leaders of public opinion in the Jordanian society who influences the public opinion. The importance of this study is in the concluded results because the field surveys is one of the main sources for information in the political, economical and social fields among the most important means of measuring the public opinion, as the last can provide important information for taking decision process. Journalists generally practice strong influences on decision-makers to form the public opinion through their job that will allow them to have the control of the traditional media and new communications different approach to the audience. And the percentage of great support of Jordan's accession to Gulf Cooperation Council (GCC) indicated that their impact will be positive on the Jordanian media which represents one of the means of shaping the public opinion. This can be clear through its information that contributes in forming the vision of the public and the trends of the topics and other various issues in the society. Moreover, the positive views of journalists are important for decision makers as well, because the public affected by, in which it help in understanding the various political, economical and social issues; then forming their opinions and trends.

مقدمة:

إن للمعلومات التي توفرها استطلاعات الرأي العام دورا مهما في عملية صنع واتخاذ القرار، وتعتبر المسوح الميدانية من المصادر الأساسية للحصول على المعلومات في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، لأنها من بين أهم الوسائل لقياس الرأي العام. ولأن الصحفيين الأردنيين هم من بين أهم الفئات الاجتماعية المكونة لقادة الرأي العام والقادرة على التأثير في الرأي العام الأردني من خلال وظيفتهم التي تتيح لهم السيطرة على وسائل الإعلام ورسائلها المختلفة. ويمارس الصحفيون بشكل عام تأثيرات قوية على صانعي القرار وفي تشكيل اتجاهات الرأي العام، وذلك عن طريق وسائل الإعلام التي تمثل حلقة الوصل بين الرأي العام وصانعي القرار؛ فوسائل الإعلام تؤثر على الرأي العام، الذي يؤثر بدوره على صانعي القرار إضافة إلى ما تقدمه لهم وسائل الإعلام من معلومات وأفكار وصور مختلفة تشكل رؤيتهم للمجتمع وللعالم. إن الصحفيين باعتبارهم فئة من الفئات المكونة لقادة الرأي يمثلون فئة اجتماعية مهمة يتطلع الجمهور إلى معرفة آرائها باعتبار أنها فئة تضم ذوي الخبرات والكفاءات في فهم القضايا السياسية المختلفة، وأن لها مصادر معلومات أوسع وأشمل من المصادر الأخرى، إضافة إلى أنها من أكثر الفئات اهتماما في متابعة القضايا السياسية في المجتمع.

أولا: الإجراءات المنهجية

تتناول هذه الدراسة الاستطلاعية الأهداف والإجراءات المنهجية المتعلقة بأساليب قياس الرأي وأدوات جمع البيانات وتحليلها.

مشكلة الدراسة:

تبحث هذه الدراسة في معرفة آراء الصحفيين الأردنيين حول موضوع انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي الذي يُعد من أبرز القضايا السياسية والاقتصادية والعسكرية والاجتماعية التي تحظى باهتمام الرأي العام، حيث تمسح الدراسة اتجاهات وآراء الصحفيين لمعرفة مدى تأييدهم أو عدم تأييدهم للانضمام لأنهم من أهم الفئات الاجتماعية المكونة لقادة الرأي العام في المجتمع الأردني الذين يؤثرون في الرأي العام.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في **الجانب العلمي** من حيث أنها تأتي استجابة إلى حاجة المكتبة الإعلامية إلى مزيدٍ من الدراسات الميدانية التي تهتم في استطلاعات الرأي العام الأردني في مرحلة من أهم المراحل التي يمر بها، حيث تشهد المنطقة تحولات وتحديات كبيرة، فضلا عن الأهمية المهنية، حيث يكشف هذا الاستطلاع عن اتجاهات آراء نخبة من قادة الرأي العام في الأردن حول موضوع الانضمام إلى مجلس التعاون الخليجي، أما من **الناحية العملية** فتتمثل في النتائج التي توصل إليها الباحثان حول آراء الصحفيين الأردنيين المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام الوطني في الأردن.

أهداف الدراسة:

تتمثل الأهداف الأساسية للدراسة بالآتي:

1. تحديد مدى تأييد الصحفيين الأردنيين لانضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي، ومعرفة الاتجاهات الإيجابية والسلبية للصحفيين الأردنيين حول ذلك من النواحي السياسية والاقتصادية والعسكرية والاجتماعية.
2. التعرف إلى أهم الخصائص العامة لأفراد عينة الدراسة.

تساؤلات الدراسة:

تهدف الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية:

1. ما مدى تأييد الصحفيين الأردنيين لانضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي؟
2. ما الاتجاهات الإيجابية والسلبية السائدة في آراء الصحفيين الأردنيين حول انضمام الأردن للمجلس؟

منهج الدراسة:

المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي، عن طريق المسح لعينة من أفراد مجتمع الدراسة الذي يشمل الصحفيين الأردنيين.

مجتمع الدراسة وعينتها:

صمم الباحثان عينة طبقية ممثلة لأفراد المجتمع الأصلي الذي يشمل جميع الصحفيين الأردنيين المسجلين في سجل الأعضاء العاملين في نقابة الصحفيين الأردنيين، والبالغ عددهم 921 عضواً ممارسا ومتفرغا للعمل الصحفي، وقد تم تقسيمهم إلى فئات (مجموعات) وفقا

للتوزيع المتناسب لأعضاء النقابة العاملين في المؤسسات الإعلامية الأردنية بما يعكس التجانس بين أفراد كل فئة (أنظر جدول رقم1).

وقد بلغ مجموع حجم العينة الطبقية التي تم سحبها 240 مفردة، تمثل كل مفردة عضوا من الأعضاء العاملين في نقابة الصحفيين الأردنيين، وبنسبة تبلغ 26٪ من المجتمع الكلي، بغية تحقيق درجة ثقة عالية، إذ كلما زاد حجم العينة زادت درجة الثقة في النتائج. وقد استجاب 221 فردا منهم للاستطلاع وبنسبة بلغت 92٪. وبناء على نتائج الاستطلاع تم تقدير خطأ المعاينة الفعلي بدرجة ثقة 94٪ باستخدام المعادلة الآتية:

$$E=[(1.96)^2 (P(1-P)]/N$$

N : تمثل عدد الاستجابات الفعلية وهي 221، أما P: وتمثل النسبة في السؤال الذي هو أهم أهداف الاستطلاع (هل تؤيد انضمام الأردن إلى مجلس التعاون الخليجي)، وكانت نسبة الإجابة عليه 73، أما E فتمثل نسبة الثقة، وبالتالي فأن قيمة خطأ المعاينة تساوي ± 3٪.

وتتكون فئات عينة قياس آراء الصحفيين الأردنيين حول انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي حسب التوزيع الآتي:

جدول رقم 1 توزيع أفراد العينة حسب الصحف والمؤسسات الإعلامية الأردنية

الجنس	ذكور		اناث		المجموع الكلي	
الصحيفة/ المؤسسة	العدد	النسبة٪	العدد	النسبة٪	العدد	النسبة٪
صحيفة الرأي	15	6.78	11	4.98	26	11.76
صحيفة الدستور	20	9.04	7	3.17	27	12.21
صحيفةالعرب اليوم	22	9.98	8	3.61	30	13.59
صحيفة السبيل	22	9.98	8	3.61	30	13.59
صحيفة الغد	21	9.50	7	3.17	28	12.67
وكالة أنباء بترا	22	9.98	8	3.61	30	13.59
الإذاعة والتلفزيون	18	8.14	10	4.52	28	12.66
صحيفة الأنباط	6	2.71	2	0.90	8	3.61
صحيفة الديار	7	3.17	3	1.35	10	4.52
صحيفة اللواء	4	1.80	0	0	4	1.80
المجموع	**157**	**٪71**	**64**	**٪29**	**221**	**٪100**

جدول رقم 2 توزيع أفراد العينة حسب الخصائص الديمغرافية

الخصائص الأساسية	ذكور	إناث	المجموع
الجنس	٪	٪	٪
النسبة	71	29	100
العمر			
من 20 - 30 سنة	13.57	11.77	25.34
من 31- 40 سنة	33.93	10.41	44.34
من 41- 50 سنة	14.93	5.89	20.82
من 51- 60 سنة	6.79	0.90	7.69
من 61 سنة فأكثر	1.81	0	1.81
المستوى التعليمي			
ثانوي	9.95	0.91	10.86
دبلوم	20.82	13.12	33.94
بكالوريوس	32.58	12.68	45.26
ماجستير	6.33	2.26	8.59
دكتواره	1.35	0	1.35
التخصص الدراسي			
صحافة وإعلام	24.89	9.95	34.84
لغة عربية	6.79	3.16	9.95
علوم سياسية	7.23	2.72	9.95
لغة إنجليزية	4.08	3.16	7.24
قانون	1.81	0.91	2.72
حاسوب	0.91	1.36	2.27
دون تخصص - ثانوي	7.23	3.62	10.85
تخصصات أخرى	18.10	4.08	22.18
سنوات الخبرة			
من سنة إلى سنتين	6.33	4.53	10.86
من 3 – 5 سنوات	15.38	6.33	21.71
من 6 - 8 سنوات	12.22	7.69	19.91
9 سنوات فأكثر	37.11	10.41	47.52

أداة الدراسة :

صمم الباحثان استبانة، راعيا فيها أن تكون الأسئلة متوافقة مع الأهداف المراد الوصول إليها، وهي معرفة آراء الصحفيين الأردنيين حول انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي، وقد اشتملت الاستبانة على سبعة عشر سؤالا، من بينها سؤالان مفتوحان، وذلك لأهميتها في توضيح رأي المبحوث بشكل أكثر تفصيلا، وأما الأسئلة الأخرى فكانت أسئلة مغلقة، (أنظر ملحق رقم 2) وقد اشتملت الاستبانة على أربعة محاور رئيسة هي: الأول سياسي، والثاني اقتصادي، والثالث عسكري، والرابع اجتماعي.

وقد سُلّمت نسخ الاستبانة إلى المبحوثين وأجابوا عن أسئلتها بنفسهم، وقام الباحثان بعملية جمع البيانات خلال المدة الواقعة بين 5 – 20 آب 2011. وقد تمت مراجعة استجابات المبحوثين واستبعد غير المستكمل منها وقام الباحثان بتصنيف البيانات حسب الأصول العلمية المرعية.

وقد عرض الباحثان الاستبانة قبل توزيعها على عدد من الخبراء الأكاديميين في جامعتي اليرموك في اربد والبترا في عمان، لاختبار مدى توافق أسئلة الاستبانة مع الهدف الذي أعدت من أجله، ومدى وضوحها معانيها، والتأكد من صدق مضمونها من حيث شموليّتها وقدرتها على استطلاع أبعاد موضوع القياس، وقد عدلت بعض الأسئلة والعبارات حسب آراء المحكمين وبما يحقق الهدف المنشود من الدراسة.

وقد تم إجراء اختبار قبلي للاستبانة على 25 مبحوثا يمثلون ما نسبته 11٪ من حجم المجتمع الأصلي، للوقوف على مدى وضوح الأسئلة، وروعي أن يتم استطلاع آرائهم في فترة متقاربة، وقد تمت مناقشة النتائج التي أسفر عنها الاختبار القبلي وتم إجراء بعض التعديلات على أسئلة الاستبانة لضمان السهولة والقدرة على تحقيق الأهداف.

معالجة البيانات :

تمت عملية التحليل الإحصائي للبيانات التي تضمنتها الاستجابات من خلال حساب التكرارات واستخلاص النسب المئوية، بالإضافة إلى التحليل الكيفي للأسئلة المفتوحة.

الدراسات السابقة

لا تزال استطلاعات الرأي العام الأردني شحيحة نسبيا في مختلف المجالات بشكل عام، وتبدو قلّة الدراسات المسحية أكثر وضوحا في مجال استطلاعات الرأي العام الطبقي(النوعي) أو الرأي العام الوطني عن العلاقات الخارجية مع الدول الأخرى، ويبدو ذلك واضحا في الدراسات التي تتوجّه لقياس الرأي حول قضية أو موضوع يتسم بالحداثة، إذ لا توجد بحوث أو استطلاعات منشورة، تتصل بموضوع استطلاع رأي الصحفيين الأردنيين حول انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي صلةً مباشرة أو غير مباشرة. علما بأن الصحافة الأردنية قد نشرت مقالات حول الموضوع. وقد واجه الباحثان بعض الصعوبات خلال عملية البحث الميداني وأهمها عدم تعاون بعض الصحفيين في الإجابة عن أسئلة الاستبانة.

ثانيا : عرض وتحليل نتائج الدراسة

أجرى الباحثان هذه الدراسة الاستطلاعية بهدف قياس الراي العام الطبقي (النوعي) المتمثل بشريحة الصحفيين الأردنيين، كإحدى الشرائح الأساسية المكونة للرأي العام النشط الذي يمثل رأي النخبة المؤثرة في المجتمع، بهدف التعرف على آرائهم وقياس اتجاهاتهم حول انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي. ويتناول استطلاع الرأي هذا أربعة محاور: سياسية، واقتصادية، وعسكرية، واجتماعية، وخلاصة تتضمن أهم النتائج التي توصل إليها الاستطلاع.

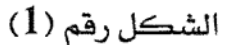
1. المحور السياسي:

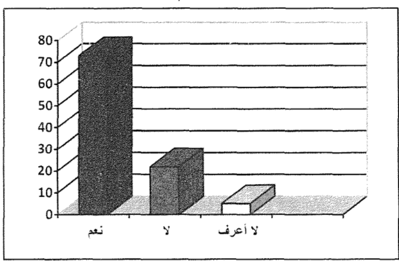
وهدفه يتمثل في معرفة مدى تأييد الصحفيين الأردنيين لانضمام الأردن إلى مجلس التعاون الخليجي، وكذلك معرفة اتجاهاتهم نحو الجوانب السياسية الإيجابية أو السلبية لانضمامه.

أ. مدى تأييد الصحفيين الأردنيين لانضمام الأردن إلى مجلس التعاون الخليجي.

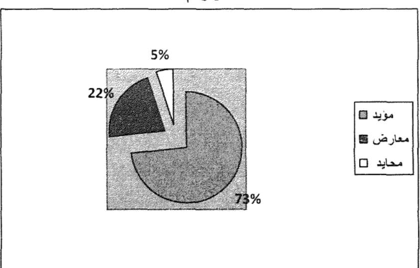
اتسمت آراء الصحفيين الأردنيين بالإيجابية والتأييد لانضمام الأردن إلى مجلس التعاون الخليجي، إذ يؤيد ذلك 73٪ منهم، مقابل 22٪ لا يؤيدون الانضمام، بينما أجاب 5٪ منهم بأنه لا يعرف. وتظهر النسب المئوية المذكورة أن أغلبية الصحفيين الأردنيين يؤيدون انضمام بلدهم إلى

مجلس التعاون الخليجي. ويبين الشكل رقم (1) والشكل رقم (2) نسبة آراء المستجيبين حول تأييد انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي.


الشكل رقم (1)



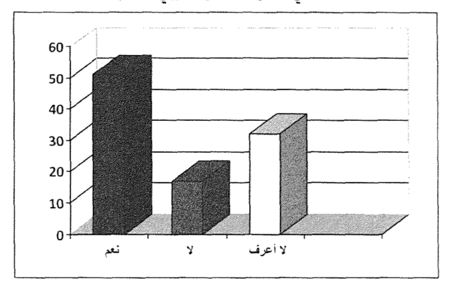
الشكل رقم (2)



ب. تقييم إيجابيات وسلبيات انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي:

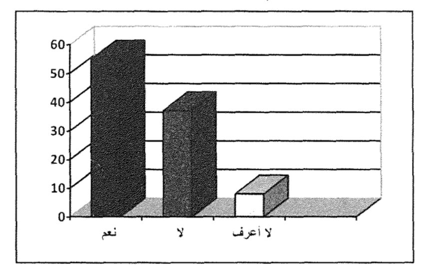
ركز الباحثان على معرفة تقييم الصحفيين الأردنيين لانضمام الأردن إلى مجلس التعاون الخليجي. ومعرفة وجهة نظرهم حول ما إذا كان للانضمام إيجابيات أو سلبيات على الصعيد السياسي. وتم التركيز كذلك على معرفة وجهات نظر الصحفيين حول تفعيل انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي لمنظومة العمل العربي المشترك. وقد أيد 51٪ منهم تفعيل انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي لمنظومة العمل العربي المشترك، بينما لم يؤيد 32٪ منهم ذلك، وأفاد 17٪ منهم بأنه لا يعرف.

الشكل رقم (3) توزيع أفراد العينة حسب آرائهم المتعلقة حول تفعيل انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي لمنظومة العمل العربي المشترك



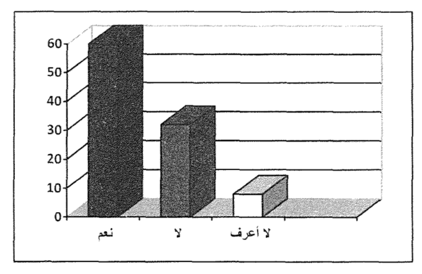
يرى 55٪ من الصحفيين أن انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يأتي لتشابه النظم السياسية بين الدول الأعضاء، بينما لم يؤيد 37٪ منهم ذلك، وأفاد 8٪ منهم بأنه لا يعرف.

الشكل رقم (4) توزيع آراء الصحفيين حول أن انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يأتي لتشابه النظم السياسية بين الدول الأعضاء



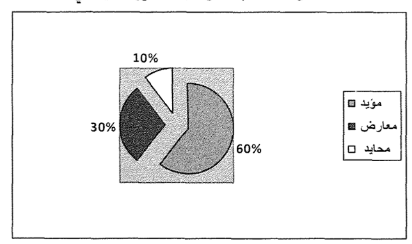
أما فيما يتعلق بتقييم الصحفيين انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي، فيرى 60٪ منهم أن انضمامه للمجلس يحقق له مكاسب سياسية. ولا يؤيد 32٪ منهم ذلك الرأي، بينما أفاد 8٪ من المستجيبين بأنه لا يعرف.

الشكل رقم (5) توزيع أفراد العينة حسب مدى ما يحققه انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي مكاسب سياسية



وتظهر النتائج في الشكل البياني (6) أن آراء 60٪ من الصحفيين، تمثل الاتجاهات الإيجابية في المحور السياسي المؤيدة لانضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي، وتظهر النتائج أن أغلبية الصحفيين الأردنيين عبرت عن تأييدها لانضمام الأردن للمجلس وبدرجات متفاوتة (كبيرة، متوسطة، قليلة)، مقابل نسبة مقدارها 30٪ غير مؤيدة ذلك، بينما كانت إجابات 10٪ محايدة.

الشكل (6) نسبة الآراء في المحور السياسي

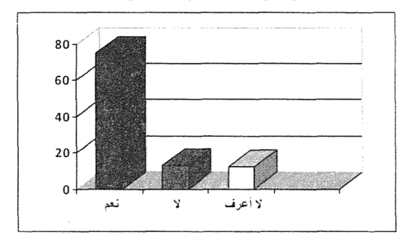


2. **المحور الاقتصادي:**

ركزت أهداف الدراسة على معرفة آراء الصحفيين الأردنيين حول انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي، وهل يحقق ذلك مكاسب اقتصادية للأردن، وتم التركيز أيضا على معرفة وجهة نظرهم واتجاهاتهم الإيجابية أو السلبية في هذا الميدان، ومعرفة ما إذا كان الانضمام للمجلس يحقق

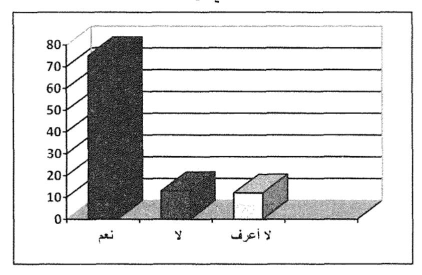
مكاسب اقتصادية للأردن؟ وقد أجاب 75٪ منهم بأن الأردن يحقق مكاسب اقتصادية بانضمامه إلى مجلس التعاون الخليجي، بينما لم يؤيد ذلك الرأي 13٪ من المجموع الكلي لأفراد العينة من الصحفيين، وأفاد 12٪ منهم بأنه لا يعرف.

الشكل رقم (7) نسبة آراء الصحفيين الذين يرون أن انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يحقق له مكاسب اقتصادية.



وأفاد 45٪ من المستجيبين بأن انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يحقق التكامل الاقتصادي بين الدول الأعضاء، بينما لم يؤيد 42٪ منهم ذلك، وأفاد 13٪ منهم بأنه لا يعرف.

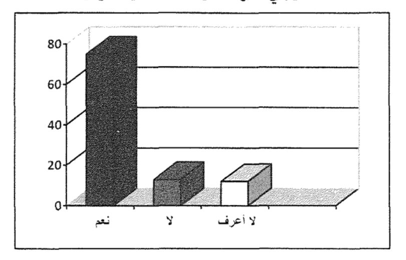
الشكل رقم (8) نسبة آراء الصحفيين حول مدى تحقيق انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي التكامل الاقتصادي بين الدول الأعضاء.



أما فيما يتعلق برأي الصحفيين بالانعكاسات الإيجابية المحتملة لانضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي على التنمية الشاملة في الأردن، فقد أفاد 58٪ منهم أن انضمام

الأردن لمجلس التعاون له انعكاسات إيجابية على التنمية الشاملة على الصعيد الأردني، وأفاد 26٪ منهم بعدم تأييد ذلك، بينما أفاد 16٪ من المستجيبين بأنه لا يعرف.

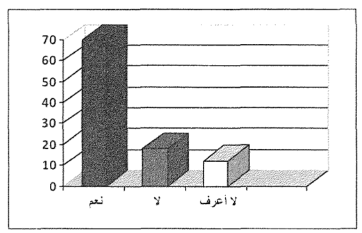
الشكل رقم (9) نسبة آراء الصحفيين حول الانعكاسات الإيجابية للانضمام لمجلس التعاون الخليجي على التنمية الشاملة في الأردن



ويرى 70٪ من الصحفيين أن انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يشجع السياحة في المملكة، بينما لم يؤيد 18٪ منهم ذلك، وأفاد 12٪ منهم بأنه لا يعرف.

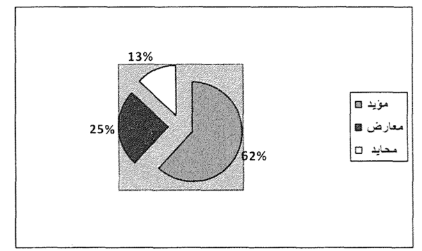
وجاءت إجابات 41٪ من الصحفيين بأن من الإيجابيات الاقتصادية لانضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي، فتح سوق العمل هناك للأردنيين، الذي يمكن أن يؤدي إلى انخفاض نسبة البطالة، وسهولة حركة الأيدي العاملة، وتنشيط التبادل التجاري وزيادة حجم الاستثمار الخليجي، بينما يرى 3٪ منهم أن من سلبيات ذلك احتمال ارتفاع أسعار العقارات.

الشكل رقم (10) نسبة آراء الصحفيين عن تشجيع انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي السياحة في المملكة.



وتظهر النتائج في الشكل البياني رقم (11) أن 62٪ من الصحفيين، يرون أن انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يحقق له فوائد اقتصادية، مقابل 25٪ لا يؤيد ذلك، بينما أبدى 13٪ حياده حول هذا الموضوع.

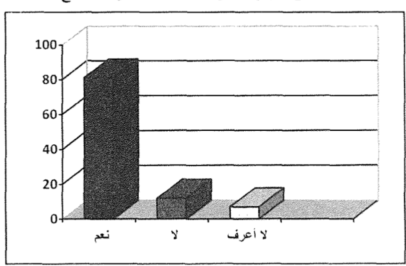
الشكل رقم (11) نسبة الآراء في المحور الاقتصادي



3. المحور العسكري:

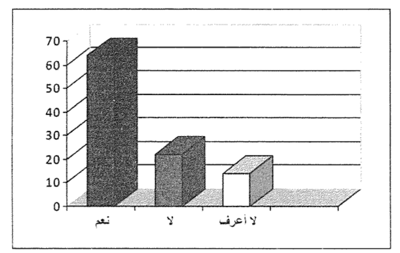
والهدف منه التعرف على الاتجاهات الإيجابية والسلبية للصحفيين عن الأبعاد العسكرية والأمنية لانضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي. ويرى 81٪ منهم أن انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يهدف إلى تعزيز القدرات الدفاعية لدول الخليج، بينما لم يؤيد 12٪ منهم ذلك، وأفاد 7٪ منهم بأنه لا يعرف.

الشكل رقم (12) نسبة آراء الصحفيين الذين يرون أن انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يهدف إلى تعزيز القدرات الدفاعية لدول الخليج.



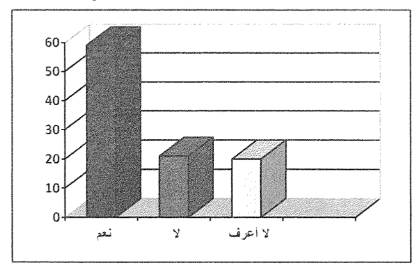
يفيد 64٪ من المبحوثين أن انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يشكل خطوة مهمة لضمان أمن دول المجلس واستقرارها، بينما لم يؤيد 22٪ منهم ذلك، وأفاد 14٪ منهم بأنه لا يعرف.

الشكل رقم (13) نسبة آراء الصحفيين حول ما إذا كان انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يشكل خطوة مهمة لضمان أمن دوله واستقرارها أم لا.



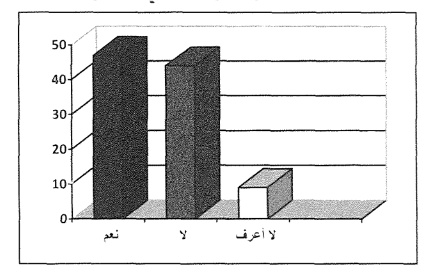
ويرى 59٪ منهم بأن انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي خطوة للتوازن مع النفوذ الإيراني في المنطقة، بينما لم يؤيد 21٪ منهم ذلك، وأفاد 20٪ منهم بأنه لا يعرف. ويبين ذلك أن نسبة الأغلبية من الصحفيين تنظر بإيجابية لهذا الموضوع لأنه يحقق أغراضا عسكرية وأمنية.

الشكل رقم (14) نسبة آراء الصحفيين حول ما إذا كان انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يشكل خطوة للتوازن مع النفوذ الإيراني.



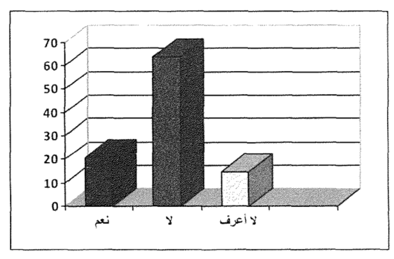
أما فيما يتعلق بآراء الصحفيين عما إذا كان انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يخدمه عسكريا؛ فقد أجاب 47٪ من المبحوثين أن انضمامه لمجلس التعاون يخدمه عسكريا، وأفاد 44٪ منهم بعدم تأييد ذلك، بينما أفاد 9٪ من المستجيبين بأنه لا يعرف.

الشكل رقم (15) نسبة آراء الصحفيين حول مدى الخدمة التي يمكن أن يقدمها الأردن بانضمامه لمجلس التعاون الخليجي عسكريا.



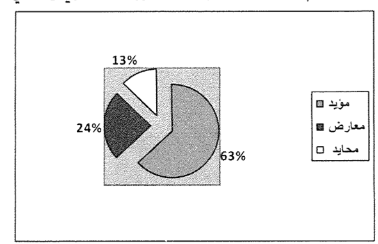
ويرى 21٪ من الصحفيين أن انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يضعف قدراته الدفاعية، بينما أفاد 64٪ منهم بأن انضمامه لمجلس التعاون الخليجي لا يضعف ذلك، وأفاد 15٪ منهم بأنه لا يعرف.

الشكل رقم (16) نسبة آراء الصحفيين حول ما إذا كان انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يضعف قدراته الدفاعية.



وتظهر النتائج في الشكل البياني رقم (17) أن نسبة 63٪ من الصحفيين يرى أن انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يحقق أغراض عسكرية وأمنية تخدم دول مجلس التعاون الخليجي وأمن المنطقة، وهذه النسبة تشير إلى إن أغلبية أراء الصحفيين كانت إيجابية ضمن هذه المحور، مقابل 24٪ لا يؤيدون ذلك، بينما كانت آراء 13٪ منهم محايدة.

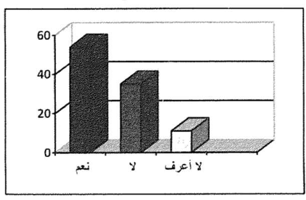
الشكل رقم (17) نسبة الآراء في المحور العسكري والأمني.



4. المحور الاجتماعي:

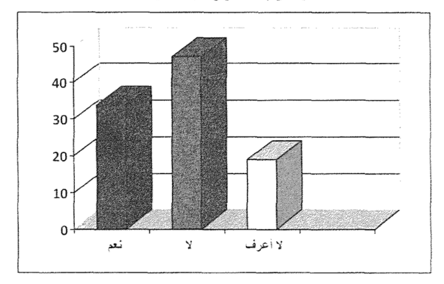
وهدف هذا المحور يتمثل في معرفة وجهة نظر الصحفيين الأردنيين حول الأبعاد الاجتماعية لانضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي. وقياس آرائهم الإيجابية والسلبية المتعلقة بالمحور الاجتماعي. ويرى 54٪ منهم أن انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يسهم في التواصل والاندماج الاجتماعي والثقافي بين أبناء الدول الأعضاء، بينما لا يؤيد 35٪ منهم ذلك، وأفاد 11٪ منهم بأنه لا يعرف.

الشكل رقم (18) نسبة المستجيبين من الصحفيين الذين يرون أن انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يسهل التواصل والاندماج الاجتماعي والثقافي بين أبناء الدول الأعضاء.



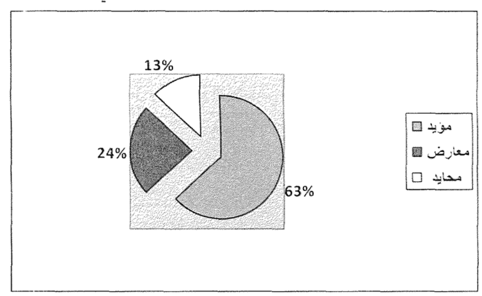
وحول آراء الصحفيين حول ما إذا كان انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يلحق به أضرارا اجتماعية أفاد 34٪ منهم بأن انضمامه يلحق به أضرارا اجتماعية، بينما يرى 47٪ منهم بأنه لا يلحق به أضرارا اجتماعية، وأفاد 19٪ منهم بأنه لا يعرف.

الشكل رقم (19) نسبة آراء الصحفيين حول ما إذا كان انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يلحق به أضرارا اجتماعية.



وتظهر النتائج أن أغلبية بسيطة 51٪ من الصحفيين كانت آراؤهم إيجابية حول الأبعاد الاجتماعية لانضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي، بينما كانت آراء 34٪ سلبية، وكانت آراء 15٪ محايدة.

الشكل (20) نسبة الآراء في المحور الاجتماعي



ثالثا: نتائج الدراسة

وتتخلص أهم نتائج استطلاع رأي الصحفيين الأردنيين، حول انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي فيما يأتي:

1. إن73٪ من الصحفيين يؤيدون انضمام الأردن إلى مجلس التعاون الخليجي، مقابل 22٪ منهم لا يؤيدون ذلك، بينما كان موقف 5٪ منهم محايدا، وهذا يفيد أن نسبة أغلبية كبيرة من الصحفيين يؤيدون الانضمام إلى المجلس بشكل عام.
2. يرى 51٪ من الصحفيين أن انضمام الأردن إلى مجلس التعاون الخليجي يفعل منظومة العمل العربي المشترك، بينما لم يؤيد 32٪ منهم ذلك، وكان رأي 17٪ منهم محايدا، وهذا يعكس أن أغلبية عديدة بسيطة تؤيد أن الانضمام يفعل منظومة العمل العربي المشترك.
3. يرى 55٪ من الصحفيين أن انضمام الأردن إلى مجلس التعاون الخليجي يأتي لتشابه النظم السياسية بين الدول الأعضاء، بينما لم يؤيد 37٪ منهم ذلك، وكان رأي 8٪ منهم محايدا، وهذه النسبة تدل على أن آراء الصحفيين لم تعط هذا الموضوع أولوية، كما في المحاور الأخرى.
4. إن ما نسبته 60٪ من الصحفيين يرى أن انضمام الأردن إلى مجلس التعاون الخليجي يحقق له مكاسب سياسية، بينما لم يؤيد 32٪ منهم ذلك، وكان رأي 8٪ منهم محايدا. وهذا يعكس أن أغلبية كبيرة نسبيا كانت آراؤهم إيجابية من الموضوع.
5. إن ما نسبته 75٪ من الصحفيين يرى أن انضمام الأردن إلى مجلس التعاون الخليجي يحقق له مكاسب في الميدان الاقتصادي، بينما لم يؤيد 13٪ منهم ذلك، وكان رأي 12٪ منهم محايدا، وتعكس هذه النسبة العالية مقارنة بآراء الصحفيين الأخرى، أن تأييد الانضمام إلى المجلس لأنه يحقق مكاسب اقتصادية للأردن، أحتل المرتبة الثانية في آراء الصحفيين.
6. يرى 45٪ من الصحفيين أن انضمام الأردن إلى مجلس التعاون الخليجي يحقق التكامل الاقتصادي بين الدول الأعضاء، بينما لم يؤيد 42٪ منهم ذلك، وكان

رأي 13٪ محايدا. وهذا يعكس أن آراؤهم كانت شبة متقاربة بين مؤيد وغير مؤيد لهذا الموضوع.

7. يرى 58٪ من الصحفيين أن انضمام الأردن إلى مجلس التعاون الخليجي له انعكاسات إيجابية على التنمية الشاملة في الأردن، بينما لم يؤيد 26٪ منهم ذلك، وكان رأي 16٪ منهم محايدا، وهذا يدل أن نسبة أغلبية متوسطة تؤيد الموضوع.

8. يرى70٪ من الصحفيين أن انضمام الأردن إلى مجلس التعاون الخليجي يشجع السياحة في المملكة، بينما لم يؤيد 18٪ من المستجيبين ذلك، وكان رأي 12٪ منهم محايدا، وتعكس هذه النسبة العالية مقارنة بآراء الصحفيين الأخرى، أن تأييد الانضمام إلى المجلس لأنه يشجع السياحة، أحتل المرتبة الثالثة في آراء الصحفيين.

9. يرى 81٪ من الصحفيين أن انضمام الأردن إلى مجلس التعاون الخليجي يهدف إلى تعزيز القدرات الدفاعية لدول الخليج، بينما لم يؤيد 12٪ منهم ذلك، وكان رأي 7٪ منهم محايدا، وتدل هذه النسبة العالية مقارنة بآراء الصحفيين الأخرى، أن تأييد الانضمام إلى المجلس لأنه يهدف إلى تعزيز القدرات الدفاعية لدول الخليج، أحتل المرتبة الأولى في آراء الصحفيين.

10. يرى 64٪ من الصحفيين أن انضمام الأردن إلى مجلس التعاون الخليجي يشكل خطوة مهمة لضمان أمن واستقرار دول المجلس، بينما لم يؤيد 22٪ منهم ذلك، وكان رأي 14٪ منهم محايدا، وهذا يدل أن نسبة أغلبية تؤيد الموضوع.

11. يرى 59٪ من الصحفيين أن انضمام الأردن إلى مجلس التعاون الخليجي خطوة للتوازن مع النفوذ الإيراني في المنطقة، بينما لم يؤيد 21٪ منهم ذلك، وكان رأي 20٪ منهم محايدا، وهذا يدل أن نسبة أغلبية تؤيد الموضوع.

12. يرى 47٪ من الصحفيين أن انضمام الأردن إلى مجلس التعاون الخليجي يخدمه عسكريا، بينما لم يؤيد 44٪ منهم ذلك، وكان رأي 9٪ منهم محايدا، وهذا يعكس أن آراؤهم كانت شبة متقاربة بين مؤيد وغير مؤيد لهذا الموضوع.

13. يرى 21٪ من الصحفيين أن انضمام الأردن إلى مجلس التعاون الخليجي يخدمه عسكريا، بينما لم يؤيد 64٪ منهم ذلك، وكان رأي 15٪ منهم محايدا، وهذا يفيد أن نسبة أغلبية من الآراء كانت سلبية من الموضوع.

14. يرى 63٪ من الصحفيين أن انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يحقق أغراض عسكرية وأمنية تخدم دول مجلس التعاون الخليجي وأمن المنطقة، بينما لم يؤيد 24٪ منهم ذلك، وكان رأي 13٪ منهم محايدا، وهذا يعكس أن نسبة أغلبية تؤيد الموضوع.

15. يرى 54٪ من الصحفيين أن انضمام الأردن إلى مجلس التعاون الخليجي يسهم في تسهيل التواصل والاندماج الاجتماعي والثقافي بين أبناء الدول الأعضاء، بينما لم يؤيد 35٪ منهم ذلك، وكان رأي 11٪ منهم محايدا، وهذا يدل أن نسبة أغلبية بسيطة كانت آراؤهم إيجابية من الموضوع.

16. يرى 34٪ من الصحفيين أن انضمام الأردن إلى مجلس التعاون الخليجي يلحق به أضرارا اجتماعية، بينما لم يؤيد 47٪ منهم ذلك، وكان رأي 19٪ منهم محايدا. وهذا يفيد أن نسبة أغلبية بسيطة كانت آراؤهم إيجابية من الموضوع ولا ترى أضرارا اجتماعية فيه.

رابعا- التوصيات

يوصي الباحثان بما يأتي:

1. إجراء دراسة مسحية أخرى بعد مرور سنة على قبول انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي على عينة من الصحفيين تتناول الأغراض المحددة في هذه الدراسة، لتقييم الآراء وكشف المتغيرات، وبهدف تنمية وزيادة استطلاعات الرأي العام المقارنة في الأردن.

2. تنظيم وزارة التعليم العالي والبحث العلمي الأردنية حلقة نقاشية حول الآفاق المستقبلية لانضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي، وانعكاساته على الصعيد السياسي والاقتصادي والاجتماعي، تشارك فيها الجامعات المختلفة لبلورة الرؤى المشتركة وتعزيز الاتجاهات الإيجابية لهذه الانضمام.

3. إجـراء دراسـة مـسحية موسـعة لاسـتطلاع رأي الـسياسيين ورجـال الأعمـال والاقتصاديين وأساتذة الجامعات والصحفيين حول الموضوع نفسه لمعرفة آراء قادة الرأي العام الأردني حول انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي وتقييمهم، وبما يسهم في تعزيز هذه التجربة.

وسوف يقوم الباحثان بتعميم نتائج الدراسة على مراكز صنع القرار وسيتم نشر نتائج الدراسة في وسائل الإعلام الأردنية لتعميم الفائدة منها.

خامسا- الخلاصة

لقد عكست نتائج هذه الدراسة الاستطلاعية آراء الصحفيين الأردنيين لأنهم من بين أهم الفئات الاجتماعية المكونة لقادة الرأي العام في المجتمع الأردني الذين يؤثرون في الرأي العام، وتكمن أهمية الدراسة في النتائج المستخلصة منها، لأن المسوح الميدانية تعتبر من المصادر الأساسية للحصول على المعلومات في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وهي من بين أهم الوسائل لقياس الرأي العام، إذ توفر استطلاعات الرأي العام معلومات مهمة تساعد كثيرا في عملية صنع واتخاذ القرار. ويمارس الصحفيون بشكل عام تأثيرات قوية على صانعي القرار وفي تشكيل اتجاهات الرأي العام، من خلال وظيفتهم التي تتيح لهم السيطرة على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة ورسائلها المختلفة التي توجه إلى الجمهور، ونسبة التأييد الكبيرة التي أفرزتها النتائج حول انضمام الأردن إلى مجلس التعاون الخليجي، تدل على أن انعكاساتها ستكون إيجابية على وسائل الإعلام الأردنية التي تمثل أحدى وسائل تشكيل الرأي العام، من خلال ما تقدمه من معلومات تساهم في تشكل رؤية الجمهور واتجاهاته حول الموضوع ومختلف القضايا الأخرى في المجتمع، وتشكل آراء الصحفيين الإيجابية تلك، أهمية بالنسبة لصانعي القرار أيضا، لأن الجمهور يتأثر بها، وهي التي تساعده في فهم مختلف القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ومن ثم تشكيل آراؤه واتجاهاته منها.

المصادر والمراجع

1. بدر، أحمد، الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه، دار قباء، القاهرة، 1997.
2. الدبيسي، عبدالكريم علي، الرأي العام عوامل تكوينه وطرق قياسه، دار المسيرة، عمان، 2011.
3. زغيب، شيماء ذو الفقار، نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009.
4. زغيب، شيماء ذو الفقار، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009.
5. سراج، سعيد، الرأي العام وأثره في النظم السياسية المعاصرة، الهيئة العامة المصرية للكتاب، 1978.
6. سميسم، حميدة، الراي العام وطرق قياسه، دار الحامد، عمان، 2002.
7. طايع، سامي، مناهج البحث وكتابة المشروع المقترح ، جامعة القاهرة، القاهرة، 2007.
8. عثمان، ماجد، منهجية إجراء المسوح الميدانية، مركز المعلومات ودعم القرار، القاهرة، 2004.
9. العبد، عاطف عدلي وزكي أحمد عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1999.
10. العبد، عاطف عدلي، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002.
11. اللبان، شريف وهشام عطية عبدالمقصود، مقدمة في مناهج البحث الإعلامي، الدار العربية للنشر، القاهرة، 2008.
12. مجاهد، جمال، الرأي العام وطرق قياسه، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2007.
13. محمد، شيماء قدري وآخرون، أنواع عينات الأفراد والمؤسسات المستخدمة في استطلاعات الرأي، مركز المعلومات ودعم القرار، القاهرة، 2004.

14. المـصري، محمـد، تقيـيم قـادة الـرأي العـام لأداء مجلـس النـواب، اسـتطلاع مركـز الدراسات الاستراتيجية الجامعة الأردنية، عمان، حزيران 2009.

ملحق رقم 1

صحيفة الاستطلاع

الزميل العزيز

الزميلة العزيزة

يجري الباحثان دراسة ميدانية لاستطلاع رأي الصحفيين الأردنيين حول انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي، ومعرفة الإيجابيات المترتبة على ذلك والسلبيات- إن وجدت- ويرجو الباحثان أن تجيب عن أسئلة هذه الاستبانة بصدق وأمانة كي يتسنى لهما الوصول إلى نتائج علمية يمكن أن تفيد مراكز صنع القرار بكثير من الأمور على الصعيد السياسي والاقتصادي والاجتماعي.

علما بأن إجابتك عن الأسئلة لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

الباحثان

د. عبدالكريم الدبيسي　　　　د. زهير الطاهات

جامعة البترا قسم الصحافة والإعلام

استطلاع رأي الصحفيين الأردنيين حول انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي

1. هل تؤيد انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي؟

نعم　　لا　　لا اعرف

2. هل يُفعل انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي منظومة العمل العربي المشترك؟

نعم　　لا　　لا اعرف

3. هل أن انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يأتي لتشابه النظم السياسية بين الدول الأعضاء؟

نعم　　لا　　لا اعرف

4. هل يحقق انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي مكاسب سياسية للأردن؟

نعم　　لا　　لا اعرف

5. هل ترى أن انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يحقق له مكاسب اقتصادية؟

نعم　　لا　　لا اعرف

6. هل ترى أن انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يحقق التكامل الاقتصادي بين الدول الأعضاء؟

نعم　　لا　　لا اعرف

7. هل ترى أن انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي له انعكاسات إيجابية على التنمية الشاملة؟

نعم　　لا　　لا اعرف

8. هل يشجع انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي السياحة في المملكة؟

نعم　　لا　　لا اعرف

9. هل تعتقد أن انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يهدف الى تعزيز القدرات الدفاعية لدول الخليج؟

نعم　　لا　　لا اعرف

10. هل يشكل انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي خطوة مهمة لضمان أمن واستقرار دوله؟

نعم　　لا　　لا اعرف

11. هل يأتي انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي لتوازن النفوذ الإيراني في المنطقة؟
نعم لا لا اعرف

12. هل ترى أن انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يخدمه عسكريا؟
نعم لا لا اعرف

13. هل بتقديريك أن انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يضعف قدراته الدفاعية؟
نعم لا لا اعرف

14. هل يسهم انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي في تسهيل التواصل والاندماج الاجتماعي والثقافي بين أبناء الدول الأعضاء؟
نعم لا لا اعرف

15. هل بتقديريك أن انضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي يلحق به أضرارا اجتماعية ؟
نعم لا لا اعرف

16. هل ترى هناك إيجابيات أخرى لانضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي غير ما ذكر آنفا؟ يرجى ذكرها.

17. هل ترى هناك سلبيات أخرى لانضمام الأردن لمجلس التعاون الخليجي غير ما ذكر آنفا؟ يرجى ذكرها.

البيانات الأساسية

1. الجنس: ذكر أنثى
2. العمر: من 20 - 30سنة من 31 - 40 سنة من 41- 50 سنة
من 51 - 60 سنة أكثر من 60 سنة
3. التحصيل الدراسي: ثانوي دبلوم بكالوريوس ماجستير دكتوراه
4. التخصص الدراسي:
5. المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها:
6. عدد سنوات الخبرة في العمل الصحفي: من 1- 2 سنتان من 3- 5 سنوات
من 6- 8 سنوات 9 سنوات فأكثر

استخدامات الشباب الجامعي للإعلام الاجتماعي في التسوق المباشر

(دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعات
في دولة الإمارات العربية المتحدة)

إعداد

دكتور / عبدالله عبدالمؤمن مهيوب التميمي

الأستاذ المساعد بكلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية

ABSTRACT

Our world of today witnesses a real digital revolution. Along with this, all economic activities are marked by a competition of the new social media. This media has turned to be a potential power in the field of marketing, social relationships, advertising campaigns, and publicity related to many corporations, establishments inside and outside the social media networks. Social media means assume special importance in activating the communication process that attempts to handle the points of inadequacy in the traditional marketing systems.

This research paper deals with how university students use social media in direct marketing, the challenges facing social media in the Arab world, and the Arab consumers' satisfaction, especially youth, with the efficacy of social media in meeting consumers' needs and wishes.

The study is divided into the following:

1. The theoretical part: definition of the social media; features of shopping via social media; dangers of shopping via social media; obstacles facing shopping via social media.
2. Methodical framework of the study which includes: the problem of the study; aims of the study; inquiries of the study; limits of the study; study methodology; means of data gathering; study sample; previous studies; technical terms used in the study; results of the study.

المقدمة :

يعيش العالم اليوم في ظل ثورة رقمية، ومع تنافس استعمال وسائل ووسائط الإعلام الاجتماعي الجديد في النشاطات الاقتصادية كافة صارت الآن مشروع قوة كامنة في مجالات التسويق والعلاقات الاجتماعية والحملات الإعلانية والدعاية المتعلقة بالعديد من الشركات والمؤسسات داخل شبكات الإعلام الاجتماعي وخارجها.

وتأكيدا للأهمية التي تختص بها شبكات الإعلام الاجتماعي في تفعيل عملية التواصل والاتصال التي تدعم نقاط الضعف وتحسن من جوانب القصور السائدة في نظم التسويق التقليدية. تأتي هذه الدراسة لتتعرف على استخدامات الشباب الجامعي في دولة الإمارات للإعلام الاجتماعي في التسوق وكذلك التحديات التي تواجه الإعلام الاجتماعي في الوطن العربي وخاصة في مسألة الاعتراف بمصداقية هذه الوسائط الإعلامية ، إضافة إلى اقتناع المستهلك العربي وخاصة فئات الشباب بفاعلية الإعلام الاجتماعي في تحقيق احتياجات ورغبات المستهلكين.

وسيتم تقسيم الدراسة على النحو التالي:

أولاً : الإطار النظري للبحث .

تعريف الإعلام الاجتماعي :

وسائل ووسائط الإعلام الاجتماعي أصبحت تتمدد بشكل مستمر ، مما أدى إلى تعدد أسمائه الأمر الذي جعل هذه الأسماء المستحدثة تقف على أرضية جديدة لهذا الإعلام. فهو الإعلام الجديد **New Media** الذي يشير إلى أي نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر. كما يطلق عليه الإعلام التفاعلي **Interactive media** الذي يوفر حالة من العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الانترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين ، وغيرهم من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة .

وهو أيضاً الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال **Online Media** والذي يركز في تطبيقاته على الإنترنت وغيرها من الشبكات.

كما يطلق على بعض تطبيقات هذا الإعلام ، بإعلام الوسائط المتعددة Multimedia والذي يمثل حالة الاندماج بين النص والصورة والفيديو .

ومن التعريفات التي انتشرت للإعلام الاجتماعي في سياقه التسويقي " مزيج من وسائل الإعلام الاجتماعية ، والتجارة الالكترونية ، فكرته الأساسية هي التمتع بالتسوق مع الأصدقاء على شبكة الإنترنت " www.imediaconnection.com

وعليه فإن التسوق عبر شبكة الإعلام الاجتماعي يظهر في عدة طرق على شبكة الإنترنت بحيث يوفر فرص للمسوقين والتجار لعرض بضائعهم ونشر صفقاتهم ، ويتيح للمتسوقين الوصول إلى جميع المنتجات التي يرغبون في شرائها.

كما تهتم مواقع التسوق الاجتماعي بتوفير جميع ما يحتاجه المستهلكين من معلومات تفصيلية عن المنتج وعن آراء وتقييم المستخدمين الآخرين ، وتعليقاتهم عن المنتج.

وتؤدي شبكات الإعلام الاجتماعية دوراً مهما في معرفة تقلبات الأسواق العالمية فور حدوثها وملاحقة تطوراتها وتفاصيلها والإطلاع على سوق العملة والبورصة ، كما توفر الشبكة مساحات واسعة للإشهار والدعاية للسلع والسياحة والمنتجات الوطنية فضلا عن التعاقد على شراء السلع بطريقة فورية وإيصال المشتريات إلى الزبائن في زمن قياسي. (بلغيث ، 2010).

وعليه فإنه يمكن حصر أهمية وسائل الإعلام الاجتماعي في عملية التسوق عند الشباب في النقاط التالية: www.nsaayat.com

1. تعريف المستهلك بالشركة ومنتجاتها. حيث تؤدي هذه الوسائل دوراً كبيراً في زيادة معرفة الناس بالشركات المنتجة وطبيعة الخدمات والمنتجات التي تقدمها هذه الشركة ، ورفع معدل التسويق لمنتجاتها .
2. زيادة المبيعات حيث يمكن شراء المنتجات عبر الكمبيوتر عن طريق الاتصال المباشر .
3. زيادة انتماء العملاء للشركة فالعملاء الذين يتطلعون إلى زيارة هذه المواقع من المتوقع أن ينجذبوا للشركات. والكثير منهم سيكون قد اشترى المنتج بالفعل ، وسيتم مكافأته نتيجة لذلك بعروض خاصة مما يزيد من انتمائه للشركة .

4. تؤدي وسائل الإعلام الاجتماعي دوراً كبيراً في خفض التكاليف والمتمثل في أنها تخفض من الوقت وأعمال الورق. فالكتلوجات التي تعرض للمنتجات على هذه الوسائل أقل ثمناً في تجديده وتوزيعه من المطبوع .

إضافة إلى ما سبق فإن :

- وسائل الإعلام الاجتماعي تكتسب أهميتها كونها مظلة لعمليات التواصل والاتصال التي تدعم نقاط الضعف ، وتحسن من جوانب القصور السائدة في نظم التسويق التقليدية. وتأكيداً لهذه الحقيقة فقد أعربت أكانشا جويل، الخبيرة المختصة في الدراسات المستقبلية للتسويق ، وإحدى المتحدثين بقمة توتال ماركيتينج الذي انعقد في دبي في الفترة من 31 / أكتوبر إلى 3 نوفمبر 2010م. قائلة " إن وسائل الإعلام الاجتماعي تستخدم من قبل المؤسسات والشركات والهيئات في منطقة الشرق الأوسط بشكل واسع النطاق على نحو متزايد وبسرعة كبيرة فكل من موقع الفيس بوك **Face book** ولينكد إن **link end in** ، وتويتر **Twitter** يعد من أهم وسائل الإعلام الاجتماعي المتسخدمه من قبل أقسام خدمة العملاء والتسويق في شركات ومؤسسات المنطقة.
- تشكل وسائل الإعلام الاجتماعي جزءاً من البنية الاقتصادية والعالمية التي تفرض على الكل أن يعمل ضمن شروط السوق السائدة من صراعات ومنافسات وتكتلات وسعي متصل لتحقيق الربح للمؤسسات التي تحتكرها بحكم انتمائها إلى أكثر من وطن وعملها في أكثر من مجال .(**أدهم ، 2007 م**)
- أثبت الإعلام الاجتماعي "**Social media** " أنه وسيلة فاعلة للتسوق والعلاقات العامة. ففي السابق كان خبراء ومديرو التسويق لديهم حلم أسمه " التسويق الشخصي " أي حديث الشخص مع الشخص الآخر حول منتج معين ، لأن هذا كما أثبتت الدراسات والتجارب، أفضل وسيلة للتسوق ، لكن تطبيق هذا الحلم لم يكن عملياً لأنه غير ممكن، فهي في النهاية لا توصل الرسالة إلا لعدد قليل من الناس ، وتحتاج إلى تدريب مندوبي التسويق تدريباً مميزاً والجمهور عادة لا يعطي وقته لشخص ليتحدث معه حديثاً ودياً وشخصياً ومباشراً عن منتج أو شركة ما. هذا كله أصبح ممكناً فجأه عبر الإعلام الاجتماعي ، فصفحة

الشركة على موقع " الفيس بوك " يتصفحه عشرات الآلاف ، ومع ذلك فهم يدخلون في حديث شخصي مع ممثلي الشركة على الإنترنت ، الذي يستطيع أن يوصل الرسائل إليهم بشكل ودي ومباشر ومنظم كذلك. (عمار ، 2010 م)

سمات التسوق عبر الإعلام الاجتماعي :

لا شك أن التسوق والتجارة الالكترونية في جميع أنحاء العالم أصبح من أبرز المنافع التي يقدمها الإعلام الاجتماعي للمستخدمين حيث أصبح بإمكان أي شخص أن يبحث عن ما يحتاجه من منتجات أو خدمات وأن يقيمها ويفاضل بينها ويدفع قيمتها دون الحاجة إلى أن يغادر منزله ، فالتسوق عبر الإعلام الاجتماعي يجمع بين السهولة والراحة لشراء ما تحتاجه من أي مكان وفي أي زمان دون أن تغادر بيتك. وبناء على ذلك فإن هناك العديد من السمات التي يمتاز بها الإعلام الاجتماعي بشكل عام ، وسمات خاصة تتعلق با الجانب التسويقي. ويمكن رصد هذه السمات من خلال ما يلي:

السمات العامة للإعلام الاجتماعي:

1. حياتنا الافتراضية أصبحت أكثر مثالية عن حياتنا الواقعية ، فنحن الآن على أكبر شبكة اجتماعية افتراضية بالعالم وهو الفيس بوك نتكلم بكل حرية دون قيود ونحترم رأي الآخر بكل قناعة ، وأصبحنا نتحدث في هذه الشبكة ومثيلاتها عن كل ما هو حقيقي دون تشويه أو زيف ، بينما في حياتنا الواقعية فيمكن أن يتخلل حديثنا نوعاً من الكذب والنفاق لأن في العالم الافتراضي لو كذبت أو أخفيت جانب من الحقيقة كشفك ملايين الناس في أنحاء العالم.
2. أن وسائل الإعلام الاجتماعي أصبحت تتمدد بشكل مستمر بحيث أصبحت الآن مشروع قوة كامنة في مجالات التسوق والعلاقات الاجتماعية والحملات الإعلانية والدعائية المتعلقة بالعديد من الشركات والمؤسسات داخل وخارج شبكة الانترنت.
3. أن أشهر وسائل الإعلام الاجتماعي الآن هي المدونات وتويتر وهي وسائط إعلامية شخصية تظهر في شكل مواقع ومعلقات إلكترونية على شبكة الإنترنت وتتيح

الفرصة للوصول للمعلومات والمحتويات المتضمنة في هذه المواقع من نصوص وصور وأشرطة مختلفة ومتنوعة سمعية وبصرية .

4. أن جوهر وسائل الإعلام الاجتماعية هي العملية التواصلية وهذا هو الفرق بينها وبين وسائل الإعلام التقليدية القديمة .

السمات الخاصة للإعلام الاجتماعي في عملية التسوق :

1. أصبحت وسائل الإعلام الاجتماعي وسائل الكترونية مهمة كونها تتيح فورية الشراء ومستوى عالي من الراحة والسهولة. (www.nsaayat.com)
2. تتيح لك هذه الوسائل خدمة التسوق الآمن وذلك من خلال استخدام البطاقة الائتمانية للتسوق عبر الإنترنت في عدد من المواقع التجارية المشهورة في العالم .
3. تسهل هذه المواقع إمكانية المقارنة بين أكثر من موقع يعرض نفس السلعة لحين الحصول على السعر الأكثر تنافساً .
4. أن التسوق عبر الإعلام الاجتماعي لا يتطلب منك مغادرة منزلك أو تحمل نفقات انتقال أو وقود للسيارة ، بل إنك في كثير من الأحيان قد تجد العديد من السلع التي لا تتوفر في المتاجر المحلية .
5. إضافة إلى السمات السابقة فإن هناك العديد من السمات التي يمكن الحصول عليها اثناء التسوق عبر وسائل الإعلام الاجتماعي منها : (www.nytimes.com)

- تجمع جميع المنتجات في مكان واحد وتوفر وقت وجهد للبحث عنها .
- الاطلاع على مختلف الأسعار والمقارنة بينها .
- سهولة المفاضلة بين المنتجات لتوفر جميع المعلومات عنها وميزاتها وإمكانية معرفة آراء الآخرين فيها.
- متعة التسوق ومشاركة الأصدقاء.
- الاستغناء عن البائعين وإتاحة التصفح بحرية ودون مساعدة .

مخاطر التسوق عبر الإعلام الاجتماعي :

بالرغم من الإيجابيات التي تصاحب عملية التسوق الإلكتروني إلا أن هناك العديد من السلبيات والمخاطر التي تصاحب عملية التسوق عبر الإعلام الاجتماعي والتي تشكل بدورها تحديات أساسية أمام هذه الشبكة والتي تتمثل بالتالي :

1. إمكانية الوقوع وببساطة لعمليات نصب. خاصة إذا تمت عملية التسوق عبر مواقع غير موثوق بها. (www.arabic.arabia.msn.com)
2. عدم إمكانية التفاوض في السعر أو مواعيد التسليم وغيرها من الأمور لعدم وجود تواصل وجهاً لوجه بين العميل والبائع .
3. التخوف والقلق من اختلاف المنتج في مواقع الإعلام الاجتماعي عن شكله في الواقع .. حيث لا يمكنك فحص البضائع قبل الشراء بل تكتفي برؤية صورتها فقط (www.nytimes.com)
4. الخصوصية والقضايا الأمنية من أهم المخاطر التي تواجه المتسوقين عبر الإعلام الاجتماعي حيث تجعل الفرد يمتنع عن إعطاء أي معلومات عن بطاقاته الائتمانية للمواقع متخوفاً من أي عملية نصب. وبناء على ذلك فإننا مطالبون في العالم العربي بنشر ثقافة استخدام الشبكة العنكبوتية في العملية التسويقية خاصة وأن عملية التسوق بشكل عام تعتبر جزء لا يتجزأ من حياة الأفراد وثقافتهم ، وأعتقد أن هذا الأمر ليس صعباً خاصة وأن هذه الشبكة أصبحت وسيلة لإجراء المحادثات وللتعبير عن الأفكار من خلال المنتديات والمواقع المختلفة .

معوقات التسوق عبر الإعلام الاجتماعي: (غيداء ، 2008م)

- الآخذ بأسباب التقنية والإلمام باستخداماتها التجارية والانتاجية والعمل على تدريب القوى العاملة لمواكبة كل ما هو جديد بمواضيع التجارة الالكترونية وفوائدها تيسيراً للمعاملات وضمان سهولة ودقة وسرعة الأداء.
- تحديد موقف واضح من العولمة وآلياتها المتعددة ، والخروج من الجدل القائم حول ظاهرة العولمة في عالمنا العربي ومحاولة الاستفادة قدر الإمكان من الجوانب

الإيجابية للعولمة والانفتاح على العالم الخارجي بحذر وبمسؤولية ومحاولة تسويق مفاهيمنا ومنتجاتنا دون أن نفقد هويتنا الإسلامية

ثانياً : الإطار المنهجي للدراسة.

مشكلة الدراسة :

تتمثل مشكلة هذه الدراسة في أن هناك تحولات اقتصادية عميقة تقودها تكنولوجيا المعلومات في سياق ثورة المعلومات والاتصالات ، الأمر الذي يساهم في بناء مجتمع المعلومات وتشييد بنى الاقتصاد الجديد ، وهو اقتصاد المعرفة أو الاقتصاد الإعلامي الجديد الذي يسمى بالإعلام الاجتماعي .

لقد أصبح مفهوم الإعلام الاجتماعي اليوم بكل مكوناته الرقمية والإلكترونية يعين العالم غير المحدود في كسره لكل الحواجز ليصبح قوة كامنة في مجالات التسويق والعلاقات الاجتماعية والحملات الاعلانية والدعائية المتعلقة بالعديد من الشركات والمؤسسات .

ونظراً للشغف الكبير الذي يوليه المستهلكون من الشباب في التعامل مع هذه التقنيات المعلوماتية الحديثة ، تأتي هذه الدارسة لتبحث مدى استخدام المستهلكين الشباب لهذه التقنية في العملية التسويقية ومدى ما تتيحه وسائل الإعلام الاجتماعي من المعلومات المطلوبة في شتى المجالات. والتي بدورها تلبي احتياجات ورغبات المستهلكين الشباب. لقد جاءت فكرة هذه الدراسة من معايشة الباحث اليومية للطلاب والطالبات الجامعيين ومعرفته من خلال السؤال المباشر لطلابهم عن مدى تعاملهم مع وسائل الإعلام الاجتماعي في التسوق المباشر ، واكتشافه في أن هناك وجهات نظر مختلفة ما بين مؤيد ومعارض ومحايد. الأمر الذي حمّس الباحث لطرق هذا الموضوع ومحاولة كشفه من أجل معرفة مدى استخدام الشباب للإعلام الاجتماعي في التسوق المباشر من عدمه ، وقد قام الباحث بصياغة هذه الدراسة بالعنوان التالي " **استخدامات الشباب للإعلام الاجتماعي في التسوق المباشر** " **دراسة ميدانية لعينة من طلاب الجامعات الإمارتية** " .

أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة في أنها سوف تلقي الضوء على التطور المذهل في مجال تكنولوجيا المعلومات الأمر الذي أدى بدوره إلى ظهور التسوق عبر الإعلام الاجتماعي والذي يعتمد على شبكة الانترنت .

إن التطور الذي لحق بالإعلام الاجتماعي بكل أشكاله أدى إلى ازدهار الأعمال التجارية وإلى تقريب وتعريف العملاء بالمنتجات والخدمات الموجودة على طول العالم وعرضه .

كما تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها ستكشف للباحث مدى استخدام أو رفض المستهلكين الشباب لهذا النوع من التسوق ، وأهم التطورات التي ظهرت في مجال التسوق عبر وسائل الإعلام الاجتماعي .

أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية :

1. تبني ماهية الإعلام الاجتماعي كونه مفهوماً جديداً في التسوق المباشر .
2. البحث في تطورات استخدام الإعلام الاجتماعي في العملية التسويقية ، وتحديد كيفية الاستفادة من هذه الوسائل للقيام بهذا الدور .
3. تحديد مقدرات الإعلام الاجتماعي في استخدامه في عمليات التسوق.
4. إبراز الأهمية الكبيرة التي يؤديها الإعلام الاجتماعي في عملية التسوق .
5. الخروج باستنتاجات علمية من خلال الإجابة على أسئلة الدراسة تصلح لأن تكون تعميمات معرفية في الإعلام الاجتماعي .

دوافع اختيار الموضوع :

تتمثل الدوافع التي جعلت الباحث يهتم بدراسة هذا الموضوع ما يلي :

- الاهتمام الكبير الذي لاحضه الباحث في اقبال الشباب على هذا النوع من الإعلام الاجتماعي .
- الرغبة في التعرف على التطورات الكبيرة التي لحقت بشبكة الانترنت وتأثيرات ذلك على الأنشطة التسويقية .

- التصنيف الذي حظيت به دوله الامارات العربية المتحدة كونها من الدول العربية التي ينتشر فيها الإنترنت وتتوسع في استخدام تطبيقاته وارتفاع معدلات استخدامه. ووفقا للإصدار الثالث من تقرير نظرة على الإعلام العربي **Arab media outlook** لعام 2009- 2013 والذي أثبت أن 75٪ من شعب دولة الإمارات يستخدمون مواقع التسوق الإعلامي الاجتماعي في موقع الفيس بوك **Facebook** ، والموقع الاجتماعي تويتر **Twitter** وموقع الأعمال لينكد إن **Linked In** .

أثار كل ذلك الرغبة لدى الباحث في دراسة هذا الموضوع بشكل علمي ودقيق .

تساؤلات الدراسة :

ستحاول الدراسة الإجابة على التساؤلات التالية :

1. ما هو الإعلام الاجتماعي وما هي وسائله ومقوماته ؟
2. ما هو واقع التسويق في الإعلام الاجتماعي ؟
3. ما هي مميزات استخدام الإعلام الاجتماعي في التسوق ؟
4. ما هي معوقات استخدام الإعلام الاجتماعي في التسوق ؟
5. ما هي المخاطر التي يسببها التسوق عبر الإعلام الاجتماعي ؟
6. هل تفضل التسوق العادي على التسوق عبر الإعلام الاجتماعي ؟
7. ماهي دوافع استخدام هذا النوع من التسوق ؟
8. ما مدى الثقة المتوفرة في استخدام الإعلام الاجتماعي في التسوق ؟
9. هل تفضل التسوق عبر الإعلام الاجتماعي أثناء تواجدك داخل الدولة أم أثناء تواجدك في الخارج ؟

حدود الدراسة :

يتمثل حدود هذه الدراسة فيما يلي:

الحدود الموضوعية: والمتمثلة في قيام البحث بدراسة ومناقشة موضوع التسوق عبر الإعلام الاجتماعي ، ومدى استخدام الشباب الجامعي في دولة الإمارات لهذا النوع من التسوق.

الحدود الزمنية: تتمثل الحدود الزمنية لهذه الدراسة في أنها ستطبق في فترة زمنية محددة تتمثل في الفترة من شهر 11 / 2010م وحتى شهر 2 / 2011 م.

الحدود الجغرافية: تتمثل الحدود الجغرافية لهذه الدراسة في أنها ستطبق في كل من جامعة عجمان ، وجامعة الشارقة ، وجامعة العين.

منهج الدراسة :

حتى يتم بالإجابة على كل تساؤلات الدراسة قام الباحث باستخدام المناهج التالية :

- المنهج الوصفي التحليلي: وهو المنهج الذي يتبع عادة من دراسة وتحليل وكشف كل ما يتعلق بجوانب التسوق عبر شبكة الإعلام الاجتماعي من خلال دراسة مختلف المفاهيم النظرية المتعلقة بالموضوع وتحليلها تحليلاً علمياً دقيقاً .
- المنهج التأريخي: حيث سيتم استخدام هذا المنهج خاصة عند الحديث عن البدايات الأولى لظهور هذ النوع من الإعلام وبداية استخدامه في التسويق .
- منهج دراسة الحالة: وذلك لغرض إسقاط نتائج الدراسة الميدانية على التساؤلات المثارة في البحث .

وسائل جمع البيانات :

سيعتمد الباحث في جمعه لبيانات وإحصائيات هذا البحث إلى المصادر التالية:

- الاطلاع على مختلف الكتب والأبحاث التي تحدثت على التسويق الإلكتروني إضافة إلى المجلات المتخصصة في هذا الجانب .
- البحث في شبكة الانترنت عن المواضيع والحوارات والمناقشات التي تناولت هذا الموضوع .
- تطبيق استمارة الدراسة الميدانية على عينة من شباب الجامعات الإماراتية وتحليل هذه البيانات .

عينة الدراسة :

تتمثل عينة هذه الدراسة بعدد 150 مفردة من طلاب الجامعات الإماراتية من كلا الجنسين حيث سيقوم الباحث بتوزيعها على الجامعات الثلاثة: جامعة عجمان – جامعة

الشارقة – جامعة العين. بمعدل 50 طالباً وطالبة لكل جامعة من الجامعات الثلاث حتى تكون العينة ممثلة للدراسة .

إجراء اختبار الصدق والثبات في الدراسة :

الصدق أو الصحة يقصد به صلاحية الأسلوب أو الأداء لقياس ما هو مطلوب قياسه ، وبالتالي ارتفاع مستوى الثقة فيما يتوصل إليه الباحث من نتائج بحيث يمكن الانتقال فيها إلى التعميم. (**محمد ، 1983 م**)

وقد قام الباحث بإتباع الخطوات التالية:

- إعداد استبانة وعرضها على عدد من أساتذة الإعلام وتمت مناقشتها معهم وذلك للحكم على صلاحيتها ، وفي ضوء الملاحظات المطروحة تم تعديل الاستبانة حتى وردت في صورتها النهائية.
- قام الباحث بإجراء اختبار قبلي للثبات من خلال تطبيق الاستبانة على عينة قدرها 3 ٪ من إجمالي العينة ، وقد حقق هذا الاختبار معامل ثبات بلغت 91.7 ٪

الدراسات السابقة :

تعتبر الدراسات السابقة لهذه الدراسة بمثابة الأدبيات العامة التي استفاد منها الباحث في معرفة العديد من الجوانب البحثية التي اعتمد عليها الباحثون ، وكذلك معرفة أهم النتائج والتوصيات التي توصلوا إليها وما أثارته هذه الدراسات والأبحاث من رؤى ومواضيع بحثية مستقبلية ، ومن هنا ، فإن الباحث سيقوم بعرض أهم هذه الأبحاث التي لها صلة بموضوع هذا البحث .

1. دراسة (**سليمان ، 2006 م**) أشار الباحث من خلال هذه الدراسة إلى مفهوم التسويق الالكتروني ، وتأريخ ظهوره في العالم العربي ، وواقع التعاون الاقتصادي والاستثماري بين الدول العربية بعد ظهور شبكة الانترنت. وقد استفاد الباحث من هذه الدراسة في بعض الجوانب النظرية التي أشار اليها الكتاب .
2. دراسة أجراها (**مجموعة من الباحثين الأمريكان عام 1995م**) وقد أشارات نتائج هذه الدراسة إلى أن :

- الملايين من البشر المشتركين على صعيد الكرة الأرضية بالإنترنت كان الهدف من ذلك هو الاتصال الشخصي والجماعي .
- جاء قطاع الشباب في المرتبة الأولى في استخدام الانترنت وخاصة في الجامعات الأمريكية .
- جاء البريد الالكتروني من أبرز الوسائل المستخدمة في التواصل بين الأفراد في مختلف مناطق العالم .
- يمكن تقديم الخدمات الإعلامية المختلفة مثل قراءة الصحف والحملات ومتابعة برامج محطات الإذاعة وقنوات التلفزيون .
- عرض السلع والمنتجات والتسويق والدعاية والإعلان لكل من الشركات والأفراد عبر العالم .

وقد استفاد الباحث من هذه الدراسة في كيفية صياغة الاستبانة الخاصة بهذا الموضوع إضافة إلى الجوانب التي تطرقت إلى هذا الموضوع .

3. دراسة **(العمري ، 2002م)** والتي سعت إلى استقصاء واقع استخدام الإنترنت لدى أعضاء هيئة التدريس والطلبة في جامعة العلوم والتكنولوجيا الأردنية.

حيث أظهرت نتائج هذه الدراسة ما يلي :

- إن 50٪ من المبحوثين يستخدمون الإنترنت يومياً مرة واحدة لمدة تتراوح بين ساعتين وأربع ساعات .
- إن 13.66 من أعضاء هيئة التدريس يعتبرون شبكة الإنترنت مهمة جداً لبحوثهم العلمية المختلفة
- إن 25٪ من المبحوثين بحاجة إلى دورات تدريبية مكثفة في مجال التدريب على مهارات استخدام الانترنت .

وقد استفاد الباحث من هذه الدراسة في أجزاء كبيرة من الطريقة التي استخدمها في صياغته للتساؤلات وفي طريقته لتحليل البيانات والجداول الإحصائية .

4. دراسة بالغيث ، 2010 م) حول واقع استخدام الانترنت ، **وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:**

- إن 60 ٪ من أفراد العينة يستخدمون الإنترنت بصورة مستمرة في الإطلاع على جديد المعلومات ومواكبه التطورات العلمية في مجال تخصصاتهم .

- إن نسبة 57,69 من المبحوثين ترى أن الإنترنت قناة تواصل بحثي وعلمي لا غنى عنه بالنسبة للأستاذ الجامعي .
- أن متوسط استخدام الانترنت 3 ساعات يومياً بالنسبة للمبحوثين .
- كما بينت الدراسة أن 50 ٪ من المبحوثين يرون أن ثقافة الاستخدام الرشيد للإنترنت كفيله برفع مستوى العائد المعلوماتي .

استفاد الباحث من هذه الدراسة في صياغة أسئله الاستبانة التي تؤدي إلى قياس حدث معين وكذلك في بعض الجوانب النظرية التي استخدمتها الدراسة.

5. دراسة (**عبدا لقادر ، 2004** م) حول دور الإنترنت في التسويق المباشر بين منشآت الأعمال .

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أبرزت الدراسة الميدانية أن للانترنت آثاراً ايجابية ملموسة من قبل منشآت الأعمال فيما يتعلق بممارستها للتسويق المباشر فيما بينها .
- أبرزت وجود معوقات تكتنف استخدام الإنترنت في التسويق المباشر بين منشآت الأعمال هي في مجملها قانونية أو فنية.
- أوضحت أن الإنترنت يؤدي دوراً حيوياً في انشطة التسويق المباشر بين منشآت الأعمال سواء منها ما يتعلق ببحوث التسويق أو مكونات المزيج التسويقي ، أو خدمات ما بعد البيع .

وقد استفاد الباحث من هذه الدراسة في التقسيم الهيكلي للبحث وفي الطريقة المستخدمة في صياغة الفروض والتساؤلات التي سعت الدراسة للإجابة عليها .

6- دراسة ميدانية عن **(الاستخدام التجاري للشبكة)**: قامت بها جامعة متشيغان في أكتوبر 1998م والتي ركزت على خصائص استخدامات الشبكة العنكبوتية ، التبادل التجاري الإلكتروني، مصادر المعلومات وقنوات التسويق، الاختيارات والتصورات. وبينت نتائج هذه الدراسة:

(.Hermes @ Cochrane. Bus. Umic. Edu)

التي أجريت إلكترونياً على الإنترنت تشابه الدراسات التي تمت خارج الشبكة، مما يعني أن عينة هذه الدراسة ممثلة إلى حد كبير. وقد أوضحت الدراسة أن هناك علاقة بين استخدام الشبكة ومتغيرات السن والجنس والدخل والحالة الاجتماعية والمنطقة الجغرافية (أمريكا وأوروبا).

مصطلحات الدراسة :

- **استخدام:** توظيف شبكات الإعلام الاجتماعي بما تتوفر عليه من معلومات عن السلع والخدمات في العملية التسويقية والتي يعتمد عليها الشباب في الجامعات الإماراتية .
- **الشباب :** مفهوم الشباب هو ظاهرة اجتماعية تشير إلى مرحلة من العمر تعقب مرحلة المراهقة ، ويبدو خلالها النضج الاجتماعي والنفسي والبيولوجي واضحة. ويعد الشباب من أكثر الشرائح الاجتماعية تفاعلاً مع التغير الحامل في المجتمع **(التقرير السنوي العام ، 2005م).**
- **الإعلام الاجتماعي:** شبكة دولية تتضمن مجموعة من المواقع الإلكترونية تقدم الكثير من الفوائد والفرص لرجال الأعمال وللشركات وتساعدهم في تسويق منتجاتهم . **(كارون أو كونز، 1997م).**
- **التسوق المباشر:** هو القيام بالعملية التسويقية من غير المرور بعناصر السلسلة التسويقية التقليدية التي تصل بين الشركة أو المصنع وبين المستهلك والاعتماد على المستهلك وحده في العملية التسويقية "www.ashefaa.com"

نتائج الدراسة الميدانية

البيانات الشخصية

الجنس	ك	٪
ذكور	75	٪50
إناث	75	٪50
المجموع	**150**	**٪100**

كما هو موضح في الجدول السابق فإن عينة الدراسة تتكون من 150 طالباً وطالبة من الجامعات الإماراتية ، حيث تم اختيار هذه العينة من كل من جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا – جامعة الشارقة – جامعة العين حيث تم تحديد العينة عن طريق العينة الطبقية المحددة من طلاب الجامعات بكافة المستويات والتخصصات الجامعية ، وقد تم تقسيم العينة البحثية بالتساوي لكل من الذكور والإناث.

الدخل الشهري :

5000- 10.000		10.000- 15.000		15.000 فاكثر		المجموع
ك	٪	ك	٪	ك	٪	
70	٪ 46.7	44	٪ 29.3	36	٪ 24	٪ 100

يشير الجدول أعلاه إلى أن نسبة الدخل الشهري لعينة الدراسة الذين يتراوح دخلهم الشهري بين (5000- 10000) بلغت نسبتهم 46.7 ٪ وأن الذين يتراوح دخلهم بين (10000- 15000) نسبتهم 29.3 ٪ وأن منهم أكثر من (15000) كانت نسبتهم ٪24 .

ويظهر من التحليل السابق أن الفئة الأولى تمثل أكبر نسبة من العينة وفي ذلك إشارة الى أن معظم الطلاب الجامعيين ممن شملتهم الدراسة يظل دخلهم بالشكل المتوسط وهو دخل يتيح لهم القيام بعملية التسوق عبر شبكة الإعلام الاجتماعي. كما يظهر من التحليل أن بقية أفراد العينة من أصحاب الدخل الأعلى ستكون فرصهم أكبر في قدرتهم على الإستفادة من عملية التسوق عبر شبكة الإعلام الاجتماعي.

نوع البطاقة الائتمانية :

النوع	ك	٪
فيزا	73	٪ 48.6
ماسترد كارد	46	٪ 30.7
غيرها	31	٪ 20.7
المجموع	**150**	**٪ 100**

عند سؤال المبحوثين عن نوعية البطاقة الإئتمانية التي يمتلكونها تبين أن من يمتلكون (الفيزا كارد) كانت نسبتهم 48.6 ٪ وهي تمثل أعلى نسبة بين المبحوثين ، وأن من يمتلكون (الماستر كارد) نسبتهم 30.7 ٪ ، وأن من يمتلكون أنواعاً أخرى من البطاقات الائتمانية تصل نسبتهم إلى 20.7 ٪ وهي نتيجة طبيعية حيث إن معظم من يمتلكون حسابات بنكية يحصلون على هذا النوع من البطائق التي تمكنهم من الدخول على حساباتهم بشكل دائم. كما أن نتائج الجدول السابق تشير على أن جميع أفراد العينة يمتلكون بطاقات إئتمانية وهذا بدوره يمكنهم من استخدامها في عملية التسوق عبر الإعلام الاجتماعي.

س 1: هل تستخدم شبكة الإنترنت ؟

الفئة	ك	٪
دائماً	72	٪ 48
أحياناً	49	٪ 32.7
نادراً	29	٪ 19.3
المجموع	**150**	**٪ 100**

يجيب الجدول السابق على السؤال المطروح حيث تبين أن من يستخدم شبكة الإنترنت بشكل دائم وصلت نسبتهم إلى 48 ٪ من عينة الدراسة وهي أعلى نسبة حيث أنها قاربت من نصف عينة الدراسة ، وفي ذلك إشارة إلى أن فئة الدراسة من طلاب الجامعة أصبح الإنترنت يشكل لهم مسألة في غاية الأهمية ، حيث إنه يمكّنهم من الحصول على المعلومات المهمة وإحاطتهم بكل ما يحدث في العالم من تطورات. كما أظهرت الدراسة أن نسبة من يستخدمون الإنترنت أحياناً كانت نسبتهم 32.7 ٪ وأن من يستخدمون شبكة الإنترنت بشكل نادر كانت نسبتهم 19.3 ٪ وكل تلك النسب تؤكد أن أفراد العينة يستخدمون شبكة الإنترنت بنسب متفاوتة وأن أفراد العينة لا يمكنهم الإستغناء عن هذه الخدمة.

س 2: ما هي الأماكن التي تستخدم فيها الإنترنت ؟

المكان	ك	٪
الجامعة	18	٪ 12
المنزل	74	٪ 49.3
مقاهي الأنترنت	18	٪ 12
العمل	15	٪ 10
جميعاً	25	٪ 16
المجموع	**150**	**٪ 100**

عند سؤال المبحوثين عن الأماكن التي يفضلون فيها استخدام شبكة الإنترنت وتصفح مواقع الإعلام الاجتماعي تبين أن من يفضلون استخدامه في الجامعة كانت نسبتهم 12٪ وأن من يستخدمونه في المنزل كانت نسبتهم 49.3 ٪ أما من يستخدمونه في مقاهي الإنترنت فكانت نسبتهم 12 ٪ ومن يستخدمونه في أماكن العمل كانت نسبتهم 10 ٪ وأن من يستخدم الإنترنت في جميع ما سبق كانت نسبتهم 16 ٪.

وعند تحليل النتائج السابقة يظهر أن من يستخدم شبكة الإنترنت في المنازل كانت نسبتهم عالية وفي ذلك إشارة إلى أن خدمات الإنترنت أصبحت تتوفر في كل بيت داخل المجتمع الإماراتي .. وفي ذلك إشارة إلى أن التسوق عبر شبكة الإعلام الاجتماعي يتطلب وقت أكثر في عملية التصفح لهذه المواقع كما أن أتخاذ قرار الشراء بشكل جماعي يتم داخل الأسرة. وتأتي الأماكن الأخرى بنسب مختلفة ومتقاربه .

س 3: كم تقضي من الوقت يومياً على الإنترنت ؟

الفيئة	ك	٪
1- 3 ساعة	58	٪ 38.7
3- 5 ساعة	53	٪ 35.3
5 ساعات فأكثر	39	٪ 26
المجموع	**150**	**٪ 100**

تعكس معطيات الجدول أعلاه بأن أغلبية المبحوثين وبنسبة 38.7 ٪ تتراوح مده استخدامهم للإنترنت من 1- 3 ساعات يومياً ، فيما بلغت نسبة من يستخدمونه من 3- 5 ساعات 35.3 ٪ ، وأن من يقضون وقتاً أكثر من 5 ساعات وصلت نسبتهم إلى 26٪ وقد بلغ المتوسط الحسابي لاستخدام المبحوثين لشبكة الإنترنت يومياً 3 ساعات وهي مدة معقولة جداً تمكن المتصفح من الإطلاع على ما تحفل به هذه المواقع من إعلانات وتجعله متابعاً لمختلف المستجدات التي تطرأ في مختلف الجوانب. خاصة إذا كان المستخدم يدخل الشبكة ولديه هدف محدد يجعله يحس بقيمة الوقت ومحاولة الاستفادة منه بقدر الإمكان.

س 4 : بأي لغة تفضل استخدام مواقع الإعلام الاجتماعية ؟

الفيئة	ك	٪
اللغة العربية	62	٪ 41.3
الإنجليزية	39	٪ 26
معاً	49	٪ 32.7
المجموع	**150**	**٪ 100**

كشفت الدراسة من خلال الجدول السابق أن 41.3 ٪ من المبحوثين يفضلون التصفح مواقع شبكة الإعلام الاجتماعي من خلال استخدام اللغة العربية وهي أعلى نسبة في فئة المبحوثين ، وأن نسبة من يتصفحون هذه المواقع باللغة الإنجليزية كانت نسبتهم

26٪ وأن من يفضلون استخدام اللغتين معاً كانت نسبتهم 32.7 ٪ ويرجع السبب في تفضيل جزء كبير من هذه العينة إلى استخدام اللغة العربية كونها لغتهم الأصلية إضافة إلى أن هذه المواقع أصبحت اليوم توفر الخدمة بلغات متعددة والتي منها اللغة العربية. وهذا بدوره يساعد المبحوثين في تصفح هذه المواقع باللغة التي يجدونها بشكل أفضل .

س 5: هل سبق وأن اشتريت أي نوع من المشتريات أو الخدمات عبر وسائل الإعلام الاجتماعي ؟

الفيئة	ك	٪
نعم	75	٪ 50
لا	59	٪ 39.3
لا اتذكر	16	٪ 10.7
المجموع	**150**	**٪ 100**

عند سؤال المبحوثين عن قيامهم بالتسوق عبر وسائل الإعلام الاجتماعي كانت إجاباتهم على الشكل التالي:

- من قاموا فعلاً بالتسوق والشراء من هذه المواقع كانت نسبتهم 50 ٪ .
- نسبة من لم يقوموا بالشراء كانت نسبتهم 39.3 ٪ .
- إن نسبة من لم يتذكروا بأنهم قاموا بالتسوق من عدمه كانت نسبتهم 10.7٪.

وبتحليل النسب السابقة تتضح أن هناك توجه كبيراً لدى الشباب الإماراتي في استخدام هذه المواقع في عملية الشراء والتسوق ، و في ذلك تأكيد لما أورده الإصدار الثالث من تقرير (**نظره على الإعلام العربي لعام 2009 - 2013**) حيث ذكر أن 75 ٪ من شعب دولة الإمارات يستخدمون مواقع التسوق من خلال الإعلام الاجتماعي مثل موقع الفيس بوك Face book والموقع الاجتماعي تويتر Twitter أو موقع الأعمال لينكد إن linked In .

س 6: ما هي العوائق التي تحول دون شرائك من هذه المواقع ؟

الفيئة	ك	٪
لا أملك النقود	3	٪ 5.1
لا توفر هذه المواقع منتجات كافية	12	٪ 20.3
عدم الثقة في هذه المواقع	21	٪ 35.6
ارتفاع سعر البضاعة	16	٪ 27.1
أخرى	7	٪ 11.9
المجموع	**59**	**٪ 100**

وعند سؤال المبحوثين عن المعوقات التي تحول دون قيامهم بالشراء أو التسوق عبر هذه المواقع تبين ما يلي:

- إن من لا يملكون النقود كانت نسبتهم 5.1 ٪ .
- إن من يرون أن هذه المواقع لا توفر لهم منتجات كافية كانت نسبتهم 20.3٪.
- إن من لا يثقون بهذه المواقع كانت نسبتهم 35.6 ٪ .
- وإن من يرجعون السبب إلى ارتفاع سعر المنتجات كانت نسبتهم 27.1 ٪
- ومن أرجع السبب إلى معوقات أخرى يراها المبحوثون كانت نسبتهم 11.9٪.

ويظهر من هذا الجدول أنه بالرغم من الدور الكبير الذي يلعبه الإنترنت في خدمة الأفراد والجمهور في عملية التسوق إلا أن هناك نسبة كبيرة من الجمهور لا تزال تشعر بعدم الثقة في هذه المواقع سواء لعدم توفيرها لمنتجات كافية أو لارتفاع سعر البضاعة أو فقدان الثقة بشكل عام. وأن الفرد يمكن أن يتعرض إلى عملية نصب من خلال هذه المواقع ، وهذا التخوف يمكن أن يزول في المستقبل القريب .

س7: ما هي المواقع التي تفضل الشراء عن طريقها ؟

الفيئة	ك	٪
مواقع بيع الكتب	10	٪ 10.9
المواقع الترفيهية	21	٪23.1
المواقع الثقافية	17	٪ 18.7
مواقع بيع الالكترونيات	37	٪ 40.7
أخرى تذكر	6	٪ 6.6
المجموع	**91**	**٪ 100**

يشير الجدول السابق إلى أن اغلبية المبحوثين والذين تصل نسبتهم إلى 40.7٪ يفضلون زيارة المواقع التي تقوم ببيع الالكترونيات ، وفي ذلك اشارة إلى أن مواقع شبكة الإعلام الاجتماعي أصبحت بوابه مهمة للمتسوقين في شراء الأدوات والأجهزة الالكترونية. كما أظهر الجدول ان 23.1 ٪ من المبحوثين يفضلون التعامل والشراء من المواقع الترفيهية التي تقوم ببيع المواد والوسائل الترفيهية. اللافت في هذا الجدول أن نسبة 10.9 ٪ من المبحوثين يفضلون الشراء من مواقع بيع الكتب ، وخاصة الكتب غير المتوفرة في بعض المعارف والعلوم ومنهم من يشتركون في مجلات شهرية او فصلية غير موجوده داخل الدولة. كما أظهرت الدراسة أن 18.7 من المبحوثين يفضلون الشراء من المواقع الثقافية.

س8 : كم عملية شراء عبر المواقع الالكترونية قمت بها خلال الستة الاشهر الماضية؟

الفئة	ك	٪
مرة واحدة	36	٪ 39.6
مرتان	27	٪ 29.7
3 مرات	10	٪ 10.9
أكثر من ذلك	5	٪ 5.5
ولا مرة	13	٪ 14.3
المجموع	**150**	**٪ 100**

عند سؤال المبحوثين حول عدد مرات الشراء التي تمت عبر شبكة الإعلام الاجتماعي ، كانت إجاباتهم على النحو التالي:

- من قام بالشراء لمرة واحدة كانت نسبتهم 39,6 ٪
- من قام بالشراء لمرتين كانت نسبتهم 29,7 ٪
- من قام بالشراء لثلاث مرات كانت نسبتهم 10,9 ٪
- من قام بالشراء لأكثر من ذلك كانت نسبتهم 5,5 ٪
- من لم يقم بالشراء نهائيا كانت نسبتهم 14,3 ٪

وبقراءة الجدول السابق يتضح ما يلي: إن من قام بالشراء من خلال هذه المواقع لمرة واحدة فقط كانت نسبتهم عالية جدا ، وفي ذلك إشارة إلى أن المبحوثين لا يزال عندهم نوع من التردد والتخوف في التعاطي مع هذا النوع من التسوق بدليل أنه خلال ستة أشهر لم يقم إلا بعملية شراء واحدة. كما أن مجرد وجود أفراد قاموا بعملية الشراء لمرتين وثلاث وأكثر من ذلك وبنسب مختلفة يشير إلى أن الجمهور يتعاطى مع هذا النوع من التسوق بفاعلية وبزيادة مطردة وأن مستقبل هذا النوع من التسوق سيزداد الاعتماد عليه من قبل الجمهور.

س 9 : أي من طرق الدفع التالية تفضل استخدامها عند عملية الشراء عبر وسائل الإعلام الاجتماعي؟

الفيئة	ك	٪
بطاقة الائتمان العادية	23	٪ 25.3
بطاقة خاصة بالانترنت	9	٪ 9.9
التحويل من حسابك إلى حساب البائع	5	٪ 5.6
شيك	4	٪ 4.4
الدفع عند التوصيل واستلام البضاعة	44	٪ 48.3
أخرى	6	٪ 6.5
المجموع	**91**	**٪ 100**

الجدول السابق يظهر نتائج حول سؤال المبحوثين عن أفضل طرق الدفع التي يستخدمونها في عملية الشراء من مواقع الإعلام الاجتماعي وقد كانت ردود المبحوثين كالتالي:

- من قام باستخدام بطاقة الائتمان العادية كانت نسبتهم 25,3 ٪
- من يستخدم بطاقة خاصة بالانترنت كانت نسبتهم 9,9 ٪.
- من يستخدم التحويل من حسابه إلى حساب البائع 5,6 ٪
- من يقوم بعملية الشراء باستخدام الشيكات كانت نسبتهم 4,4 ٪
- من يستخدم أسلوب الدفع عند استلام البضاعة كانت نسبتهم 48,3 ٪
- من استخدم أساليب أخرى كالحولات المصرفية وغيرها كانت نسبتهم 6,5 ٪

ومن خلال النسب التي أظهرها الجدول السابق يتبين ما يلي:

- إن حالة الشعور بعدم الثقة لا تزال تسيطر على الجمهور في استخدام البطائق الائتمانية او التحويلات البنكية في عملية الشراء – الأمر الذي جعل المبحوثين يفضلون أسلوب الدفع عند استلام البضاعة حتى يتأكدوا من سلامتها.
- إن المستهلك العربي لا يزال يعيش هاجس الخوف من تعرض أرقام بطاقاته الائتمانيه للسرقه – الأمر الذي يجعله يفضل أن يتصرف بطريقة آمنة.
- إنه بالرغم من وجود مثل هذه التخوفات إلا أن هناك نسبة من المبحوثين الذين تم سؤالهم يفضلون استخدام البطاقة الائتمانية في عملية الشراء ، حيث كانت نسبتهم 25,3 ٪ وهي نسبة عالية وتشير إلى انتفاء هاجس المخاطرة عند بعض المبحوثين خاصة عندما يقومون بعملية الشراء من شركات معروفة والعلامات تجارية عالميا.

س 10: ما نوعية السلع والخدمات التي تقوم بشرائها من خلال وسائل الإعلام ؟

الفيئة	ك	٪
دفع الفواتير العامة	18	٪ 19.7
الدخول إلى حسابك في البنك	6	٪ 6.6
شراء الملابس	17	٪ 18.7
شراء الكتب	4	٪ 4.4
الأجهزة الالكترونية	16	٪ 17.6
شراء الخدمات (مثل التذاكر وحجز الفنادق)	27	٪ 29.7
أخرى تذكر	3	٪ 3.3
المجموع	**91**	**٪ 100**

يكشف الجدول السابق عن نوعية السلع والخدمات التي يقوم المبحوثين بشرائها من خلال وسائل الإعلام الاجتماعي حيث تبين أن شراء الخدمات المتمثلة بالتذاكر والجوزات مثلت أعلى نسبة حيث كانت 29.7٪ تليها دفع الفواتير العامة بنسبة 19.7 ٪ ثم شراء الملابس بنسبة 18.7 ٪ ثم شراء الأجهزة الإلكترونية بنسبة 17.6٪ وفي ذلك إشارة وتأكيد لما تم الإشارة إليه في السابق من أن الجمهور المستهلك لا تزال علاقته بعملية التسوق عبر المواقع الإلكترونية محدودة لا يتعدى استخدامه لها في التعاملات الخدمية التي توفرها هذه المواقع. أما عملية الشراء للمواد الاستهلاكية ؟ فلا تزال تلقي بعض التخوفات من قبل الجمهور ، خاصة وأن معظم المنتجات والسلع التي تعرضها هذه المواقع متوفرة داخل الدولة الأمر الذي يجعل المستهلك يفضل الشراء بشكل مباشر من المحلات الموجودة.

س 11: ما هي أهم المعوقات التي تواجهك عند استخدام الإعلام الاجتماعي ؟

الفئة	ك	٪
معوقات لغوية	32	٪ 21.3
معوقات نفسية	19	٪ 12.7
عدم الحصول على المعلومات الصحيحة	57	٪ 38
الأعطال الفنية	36	٪ 24
أخرى تذكر	6	٪ 4
المجموع	**150**	**٪ 100**

يكشف الجدول السابق عن أهم المعوقات التي تواجه المبحوثين عند استخدام الإعلام الاجتماعي في عملية التسوق حيث ظهرت المعوقات على الشكل التالي :

- المعوقات اللغوية كانت بنسبة 21.3 ٪
- المعوقات النفسية كانت بنسبة 12.7 ٪
- عدم الحصول على المعلومات الصحيحة كانت بنسبة 38 ٪
- الأعطال الفنية كانت بنسبة 24 ٪

وهناك معوقات أخرى لم يذكرها الجمهور كانت بنسبة 4 ٪.

وبالنظر لنتائج الجدول السابق يتضح أن من أهم التحديات التي تواجه هذا النوع من التسوق هو عدم قدرة هذه المواقع على توفير المعلومات الدقيقة والصحيحة عن المنتجات وكيفية استخدامها وأهم مميزاتها مما يجعل المستهلك في كثير من الأحياء يؤجل قرار الشراء أو

يستخدم وسيلة أخرى في ذلك ، كما أن مدلول العائق اللغوي ظهر بنسبة كبيرة أيضاً وهذا التحدي بدوره يعيق من عملية التفاعل بين كثير من العملاء والعديد من المواقع لذلك نرى أن هناك حاجة ملحة لتطوير برمجيات من شأنها إحداث نقلة نوعية في ترجمة النصوص إلى لغات مختلفة يفهمها العملاء .

كما أن المعوقات النفسية ظهرت في هذا التحليل والمتمثلة في عامل السرية والخصوصية حيث تؤثر في تقبل بعض العملاء لفكرة التسوق عبر شبكة الإعلام الاجتماعي خاصة أن هذه العمليات تحتاج إلى الحصول على بعض البيانات من العملاء مثل الأسم ، النوع ، الجنسية ، العنوان ، طريقة السداد وغيره وكل ذلك من شأنه إثارة نوع من القلق النفسي عند الجمهور .

ثم ظهر عائق الأعطال الفنية والتي تمثل أيضاً عائقاً كبيراً لدى المبحوثين سواء في البطئ الشديد أو في عدم تفعيل بعض الخصائص داخل هذه المواقع ، وهذه العوائق بدورها تمثل تحديات قوية أمام ازدهار هذا النوع من التسوق .

س 12: ما هي الإيجابيات التي تراها في التسوق عبر الإعلام الاجتماعي ؟

الفئة	ك	٪
توفر منتجات أعلى جودة	27	٪ 18
توفر منتجات غير موجودة في الأسواق المحلية	39	٪ 26
تسهيل عملية المقارنة بين السلع والخدمات	17	٪ 11.4
توفر الوقت والجهد	62	٪ 41.3
أخرى تذكر	5	٪ 3.3
المجموع	**150**	**٪ 100**

يظهر الجدول السابق الإيجابيات التي يراها المبحوثون في التسوق عبرالإعلام الاجتماعي حيث يرى المبحوثون وبنسبة 41.3 ٪ أن هذه المواقع توفر الوقت والجهد لدى المستهلك أثناء عملية الشراء حيث أن المستهلك يمكنه القيام بهذه العملية وهو جالس في بيته أو في مكتبه وفي أي لحظة كما أن هذه المواقع توفر جميع المنتجات في مكان واحد وفي ذلك توفير لوقت وجهد المستهلك الباحث عنها .

ويرى 26 ٪ من المبحوثن أن هذه المواقع توفر منتجات غير موجودة في الأسواق المحلية وبالتالي فالعديد من المستهلكين يحرصون على اقتناء هذه المتجات من مصادرها الأصلية وقبل وصولها إلى الأسواق المحلية ، وخاصة بعض العلامات التجارية العالمية.

كما يرى المبحوثون وبنسبة 18 ٪ أن هذه المواقع توفر منتجات ذات جودة عالية تختلف عن الجودة الموجودة داخل السوق المحلي وهذه ميزة إيجابية تقدمها هذه المواقع لعملائها. كما يرى المبحوثين وبنسبة 11.4 ٪ أن هذه المواقع تسهل لهم عملية المقارنة بين السلع والخدمات اثناء عملية الشراء فالمتسهلك يمكنه الإطلاع على مختلف الأسعار والمقارنة بينها ، كما تسهل له المفاضلة بين المنتجات من خلال توفير جميع المعلومات عنها وميزاتها وإمكانية معرفة آراء الأخرين فيها.

س 13 : ما هي مخاطر التسوق التي تراها عبر وسائل الإعلام الاجتماعي ؟

الفيئة	ك	٪
أخشى من عملية النصب وعدم إرسال المنتج	58	٪ 38.7
أخشى من أن استلم البضاعة غير التي طلبتها	26	٪ 17.4
أخشى من أخطاء الشحن والتوصيل	12	٪ 8
أخشى من تأخر وصول المشتريات	17	٪ 11.3
أخشى من عدم جودة المنتج	32	٪ 21.3
أخرى تذكر	5	٪ 3.3
المجموع	**150**	**٪ 100**

يكشف الجدول السابق عن أهم المخاطر التي يراها المبحوثون في عملية التسوق عبر شبكة الإعلام الاجتماعي حيث تبين ما يلي :

- إن من يخشى التعرض لعملية النصب في عدم إرسال المنتج الذي طلبه كانت نسبتهم عالية جداً حيث وصلت 38.7 ٪ وهذا يؤكد ما تم الإشارة إليه سابقاً من أن المستهلك لا يزال يعيش حالة فقدان للثقة في هذه المواقع خاصة وأن هناك العديد من المستهلكين تعرضوا لنفس الحالة مع بعض المواقع الوهمية والغير معروفة .
- إن من يخشى من عدم جودة المنتج كانت نسبتهم 21.3 ٪ وهي نسبة عالية أيضاً حيث تظهر مدى التخوف والقلق من اختلاف جودة المنتج في هذه المواقع عن شكلها الحقيقي في الواقع أو عدم إمكانية تجريته خصوصاً كالألبسة والعطورات .
- إن من يخشى من تأخر وصول المشتريات كانت نسبتهم 11.3 ٪ ومن يخشى من أخطاء الشحن والتوصيل كانت نسبتهم 8 ٪ وفي ذلك إشارة إلى مدى التخوف الذي يعيشه المستهلك من سوء الخدمة والتوصيل ، وهذه من القضايا المهمة التي تعزز الثقة لدى

المستهلكين بهذه المواقع والتي يجب أن تعالج مثل هذه الإخلالات. **س 14: ما هي الأوقات التي تفضل فيها التسوق عبر شبكة الإعلام الاجتماعي؟**

الفيئة	ك	٪
اثناء تواجدي داخل الدولة	111	٪ 74
اثناء سفري خارج الدولة	39	٪ 26
المجموع	**150**	**٪ 100**

الجدول السابق يشير إلى أكثر الأوقات التي يفضل فيها المبحوثون التسوق عبر شبكة الإعلام الاجتماعي حيث أظهر التحليل أن النسبة العالية من المبحوثين يفضلون هذه المواقع أثناء تواجدهم داخل الدولة ، حيث كانت نسبتهم 74 ٪ وأن من يستخدم هذه الخدمة أثناء السفر كانت نسبتهم 26 ٪ وفي ذلك إشارة إلى أن الجمهور يحتاجون إلى هذا النوع من التسوق حينما يكونون بعيدين عن هذه المنتجات والخدمات التي لا يستطيعون الحصول عليها داخل الدولة الأمر الذي يضطرهم إلى طلبها من الخارج ومن مصادرها الطبيعية ، وهذه نتيجة طبيعية حيث أن الجمهور حينما يكون خارج الدولة فإنه بإمكانهم شراء هذه الخدمات والمنتجات من أماكنها الحقيقية .

15: ما هي توقعاتك حول مستقبل التسوق عبر هذه المواقع ؟

الفيئة	ك	٪
زيادة الإعلان عن المنتجات والسلع في هذه المواقع	56	٪ 37.3
زيادة الإعتماد في المستقبل	83	٪ 55.3
أخرى تذكر	11	٪ 7.4
المجموع	**150**	**٪ 100**

الجدول السابق يظهر نتائج تحليل سؤال الجمهور عن توقعاتهم المستقبلية لهذا النوع من التسوق. حيث أظهر سؤال المبحوثين ما يلي :

- إن من يرى زيادة الاعتماد على هذه النوع من التسوق في المستقبل كانت نسبتهم 55.3 ٪ وهي نسبة عالية جداً والسبب في توجه رأي المبحوثين إلى هذه النتيجة الثورة المعلوماتية الحاصلة اليوم والتسهيلات والخدمات التي تقدمها هذه الثورة .
- كما يرى المبحوثون توقع زيادة الإعلان من قبل الشركات والمؤسسات على المنتجات والخدمات من خلال شبكة الإعلام الاجتماعي لما تقضية الحاجة الماسة للجمهور والمتردد على هذه المواقع والإقبال الشديد عليها وحرص الشركات على

التواجد في هذه المواقع وهناك نسبة 7.4 ٪ من المبحوثين من يرى أن هذا النوع من التسوق سيظل محصوراً بشكل محدود ولا يتوقع نجاحه في المستقبل .

النتائج والتوصيات

نتائج الدراسة:

1 – يظهر من نتائج الدراسة أن الدخل الشهري لعينة الدراسة يمكنهم من القيام بعملية التسوق عبر شبكات الإعلام الاجتماعي.

2 – تبين الدراسة أن من يمتلكون الفيزا كارد من عينة الدراسة كانت نسبتهم 48,6 ٪ وهي أعلى نسبة.

3 – تشير الدراسة أن نسبة من يستخدم شبكة الانترنت من الشباب كانت 48 ٪ من العينة

4 – ظهر من الدراسة أن المنازل هي من أفضل الأماكن التي يتم استخدام الانترنت فيها وتصفح المواقع الاجتماعية حيث كانت النسبة 49,3 ٪.

5 – أظهرت الدراسة أن نسبة من يتصفح المواقع الاجتماعية باللغة العربية كانت 41,3 ٪ وأن من يستخدم اللغة العربية كانت 32,7 ٪.

6 – أشارت النتائج أن نسبة من يقومون بالتسوق عبر وسائل الإعلام الاجتماعي كانت 50 ٪ من العينة ، وأن من لا يقومون بالتسوق كانت نسبتهم 39,3 ٪.

7 – أشار 35,6 ٪ من عينة الدراسة إلى عدم الثقة في هذه المواقع.

8 – أظهرت النتائج أن مواقع بيع الالكترونيات داخل الشبكة الاجتماعية حازت على أعلى نسبة من بين المواقع الأخرى حيث كانت نسبتها 40,7 ٪.

9 – تبين من الدراسة أن المبحوثين يفضلون دفع قيمة المشتريات عند توصيل واستلام البضاعة حيث كانت النسبة 48,3 ٪.

10 – أشارت الدراسة أن شراء الخدمات من أكثر الأمور التي يقوم بها المبحوثين داخل شبكة الإعلام الاجتماعي حيث كانت النسبة 29,7 ٪.

11 – أظهرت نتائج الدراسة أن من أهم الايجابيات التي يراها المبحوثين في التسوق عبر الإعلام الاجتماعي أن هذه المواقع توفر الوقت والجهد حيث كانت نسبة من يرى ذلك 41,3 ٪.

12 – تبين من الدراسة أن نسبة 74 ٪ من العينة تقوم بالتسوق اثناء تواجدهم داخل الدولة.

13 – يرى 55,3 ٪ من عينة الدراسة أنه في المستقبل سيزيد الاعتماد على هذا النوع من التسوق.

14 – يظهر من الدراسة بشكل عام أن عملية التسوق الاجتماعي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياة الأفراد وثقافتهم.

توصيات الدراسة :

1 – ضرورة أن يكون هناك إطار تشريعي وآليات محكمة تحكم هذا القطاع بما يمكن من منع أي خلل أو إضرار بالمستهلك ، وبما يحافظ على مواكبة هذا التغيير.

2 – تكثيف حملات التحسين على هذه المواقع وتعميق الوعي لدى جمهور المستهلكين حتى يصبح التعامل الرقمي ثقافة حياة المستهلك في المنطقة العربية.

3 – ضرورة التوسع في عرض أكبر تشكيلة من المنتجات على مواقع شبكة الإعلام الاجتماعي.

4 – توفير تأمين معين لطرق التسديد بما يتناسب مع كل دولة.

5 – تسهيل إجراءات عملية الشراء من هذه المواقع وتبسيطها بالشكل الذي يتيح لعدد أكبر من المستخدمين القيام بعملية التسوق.

6 – ضرورة تطوير برامج من شأنها التقريب بين المعلنيين والمستخدمين المسجلين ، دون التأثير سلباً في متعة الاستخدام لهذه المواقع.

7 – يجب أن تكون المنتجات الاستهلاكية التي تعرض في هذه المواقع متناسبة مع الخصائص العامة لهذه المواقع.

8 – ضرورة أن تقوم هذه المواقع باستخدام أكثر من لغة من أجل زيادة الاقبال والانتشار.

9 – إزالة كل جوانب التخوف التي تصاحب المستهلك اثناء عملية التسوق من هذه المواقع.

مراجع الدراسة :

المراجع العربية:

1 – أدهم عدنان طبيل ، **الإعلام الحديث في ظل العولمة** ، مجلة دنيا الرأي 2007 م.

2 – أكرم محمود العمري ، **واقع استخدام الانترنت لدى أعضاء هيئة التدريس وطلبة العلوم والتكنولوجيا الأردنية** ، مجلة الجامعات العربية العدد40 ، 2002 م .

3 – التقرير السنوي العام ، **قضايا الشباب العربي** ، جامعة الدول العربية ، 2005 م.

4 – بلغيث سلطان ، **واقع استخدام الانترنت في البحث العلمي بالجامعة** ، دراسة ميدانية بجامعة تبسه ، 2010 م ، ص 20.

4 – كارون أو كونز ، ترجمة مركز التعريب والبرمجة ، **تقنيات البيع الناجح على الانترنت** ، الطبعة الأولى ، (لبنان: الدار العربية للعلوم ، 1997 م) ص 64.

5 – سليمان الشحق ، **التسويق الالكتروني في البلدان العربية** ، دراسة وصفية تطبيقية لواقع ومستقبل التسويق الالكتروني عربيا ، وأثره على التعاون العربي ودعم الاقتصاد ، جامعة دمشق ، سوريا ، 2006 م .

6 – عبد القادر محمد عبد القادر مبارك ، دور **الانترنت في التسويق المباشر بين منشآت الأعمال** ، كلية العلوم الإدارية والتخطيط ، جامعة الملك فيصل ، الإحساء ، 2004.

7 – عمار بكار ، **كيف ترسم الشركات إستراتيجية الإعلام الاجتماعي** ، مجلة الاقتصادية ، العدد 6216 ، 2010 م.

8 – محمد عبدا لحميد ، **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام** ، (جدة: دار الشروق ، 1983) ص 222- 223

المراجع الأجنبية:

1- Bruce,H1995(internet and academic teaching in Australia Education For information ,v13 ,1995) pp177-191

2 – Hermes @cochranc. Bus .umic .edu

3 – www.ashefaa.com

4 – www.imediaconnection.com

5 – www.nsaayat.com

6 – www.nytimes.com

7 – www.arabic.arabia.msn.com

8 - www.nytimes.com

تواصل الشباب الجامعي

من خلال الشبكات الاجتماعية

ظاهرة اجتماعية أم ضرورة تقنية ؟

د. عبده محمد دوؤد حافظ

شبكة جامعة عجمان للعلوم و التكنولوجيا، كلية المعلومات و الإعلام و العلوم الإنسانية .

Abstract

This research paper seeks to investigate the social networks being outputs of modern media. These networks have left their imprint on people in general, and on youth in particular. The study has been mainly based on the researcher's personal interviews with the targeted students, in addition to his observations and impressions due primarily to his close relationships with them.
The main aims of the study are as follows:

1. Recognizing the real motivations behind students' social communication through social networks.
2. Highlighting both positive and negative aspects of such communication.
3. Attempting to know to what extent such social networks affect university students.

The study has come with the following results:

1. The students' communication through social networks is considered to be a social phenomenon rather than a technological necessity as is shown in the results of the study.
2. The young men's 'addiction' in using different appliances as a means to access social network websites has negatively affected their study and understanding inside the classroom.

The following recommendations have been arrived at:

1. Students' parents, academic advisors, and Students' Affairs Deanship should cooperate with the concerned college to minimize the effects of students' misguided uses of social networks on their academic performance.

The remarkable breakthroughs in information and communication revolutions have brought a new reality stimulating societies for a brighter future. This entailed adopting new trends regarding all social activities .

Keywords

- Technological impact
- Social alienation
- Social networks
- Smart phones
- Phenomenon
- Interactivity
- Necessity
- Privacy

مقدمة :

منـذ أن ظهـرت شـبكة الإنترنـت إلى الوجـود في عـام 1969م أصـبحت تتلاحـق التطورات الجديدة في مجال الاتصال التي يشهدها العالم يوماً بعد يوم حتى أصبح بعض الأكاديميين و الباحثين يُرددون العبارة الشهيرة لعالم الاجتماع الأسباني (Manuel Castells) والتي تقول " لقد بدأ العالم الجديد يتشكل أمام أعيننا "، فالعبارة تُشير إلى أنّ الإنترنت تُعد هي الأداة التكنولوجية و الشكل التنظيمي الذي يقوم بتوزيع قوة المعلومات، و توليد المعرفة، و إشارة إلى أهمية الإنترنت و المعلوماتية فقد أوضح Castells أنّ التطوير من دون الإنترنت سوف يُصبح مشابهاً للتصنيع من دون كهرباء، و من السمات الشكلية للاتصال عبر الانترنت التفاعليةInteractivity، وهي تعني ببساطة رجع الصدى Feedback أى العملية التي تتوفر فيها السيطرة و التحكم في وسيلة الاتصال من خلال قدرة المتلقي على إدارة عملية الاتصال من بُعد 1، و السمة الثانية للإنترنت هي مرونة و سهولة الاستخدام Accessibility ، حيث تُعد خاصية سهولة الاستخدام هي إحدى أهم عوامل تفضيل الإنترنت و زيادة إقبال الجماهير عليها، أمّا السمة الثالثة فهي إمكانية استخدام الوسائط المتعددة Multimedia ، فالوسائط المتعددة أسهمت في توفير بيئة متميزة تُساعد مستخدمي الإنترنت على اكتساب المهارات والخبرات و المعرفة، كما ساعدت جمهور المستخدمين على التفاعل مع النصوص الجامدة من خلال تضمين النصوص لقطات مسموعة مرئية، و صوراً و رسوماً كاريكاتورية. و قد أسهمت الإنترنت في تنظيم الأثر الاتصالي للعملية الإعلامية من خلال ما توفر فيها من عناصر مقروءة و مسموعة و مرئية، و لعلّ من إفرازات شبكة الإنترنت المهمة ظهور شكل إعلامي جديد تمثل فيما اصطلح على تسميته بالشبكات الاجتماعية Social networks و هي عبارة عن مواقع تمثل الإعلام التفاعلي عبر شبكة الإنترنت حيث توفر الحوار و المناقشة بين الأفراد و الجماعات على مستوى العالم، و من أمثلتها: Face book، Twitter، MySpace 2...، و هذه الشبكات هي إحدى الظواهر الاتصالية الحديثة في المجتمع المعاصر و التي برزت في الآونة الأخيرة حيث أصبحنا نسمع كثيراً عن نهوض مجتمع الشبكات The rise of the networks society، فقد سيطرت هذه الشبكات على حيّز كبير من اهتمامات أفراد المجتمع المعاصر و بصفة خاصة الفئة الشبابية، إذ اتخذت هذه الفئة من الشبكات الاجتماعية

والإعلام الجديد أداة للتعبير عن أفكارها و اتجاهاتها و ميولها و التواصل فيما بينها متخلية بذلك عن وجودها و حضورها في العالم الحقيقي، فالدافع الأساسي للتعامل مع هذه الشبكات كجزء من الحياة اليومية - كما يرى بعض الباحثين - هو أنها أقل تكلفة و أكثر ملائمة لتطلعات الأجيال الجديدة، و من أسباب جاذبيتها أيضاً أنها تُماثل التنظيم المجتمعي على أرض الواقع، و بسبب جاذبيتها أصبحت هذه الشبكات مجالاً للدراسات و البحوث العلمية و التي تتناول تأثيراتها المختلفة مثل الآثار النفسية و الاجتماعية لمستخدميها، و نسعى من خلال هذه الورقة البحثية إلى اكتشاف بعض الأسباب الكامنة وراء إدمان الشباب في البيئة الجامعية على التواصل عبر الشبكات الاجتماعية، و قد تمحورت أهداف هذه الورقة حول الآتي :

1. معرفة الدوافع الحقيقية للشباب الجامعي من وراء استخدام الشبكات الاجتماعية كوسيلة للتواصل .
2. التعرف على الجوانب الإيجابية و السلبية للتواصل من خلال الشبكات الاجتماعية .
3. معرفة مدى تأثير هذه الشبكات على فئات الشباب المستخدمين من الناحية الاجتماعية و النفسية .
4. الوقوف على انطباعات و اتجاهات الشباب تجاه هذه الشبكات الاجتماعية و استخداماتها .

و قد اعتمدت مخرجات هذه الورقة و خلاصاتها بشكل رئيس على المقابلات الشخصية لعينة من فئات الشباب المستخدمين لهذه الشبكات و كذلك الملاحظة و انطباعات الباحث كمصادر للمعلومات.

تحديد بعض المفاهيم الواردة في الورقة .

(1) الشباب The young :، تم تعريف كلمة الشباب من قبل المركز القومي للبحوث الاجتماعية في جمهورية مصر العربية على أساس المعنى اللغوي للكلمة، فأطلق لفظ الفتوة على بداية الشباب، و الذي يرادف كلمة Adolescence في الإنجليزية و الفرنسية، و تشمل كلمة شباب عند اللغويين كل مراحل الشباب حتى الثلاثين تقريباً، و قد اختلف الباحثون في تحديد بداية و نهاية مرحلة الشباب، فهي عند

بعضهم تبدأ من(13 ـ 21) سنة و يطلقون عليها مرحلة المراهقة، بينما يرى آخرون أنها تبدأ من 14 و تنتهي عند 18 سنة كفترة أُولى، ويصلون بفترتها الثانية أو المتأخرة إلى سن السابعة و العشرين، و يرى فريق ثالث أنها تغطي الفترة من سن 17 و حتى 27 وما بعدها، في حين يرى فريق رابع أنه من الصعوبة بمكان تحديد هذه الفترة ؛ و ذلك لاختلاف بدايتها و نهايتها من فرد إلى آخر و من جنس إلى جنس و من ثقافة إلى ثقافة، و إننا نميل إلى الرأي الذي يحدد فترة الشباب بالفترة من 17 و حتى 39 ؛ لأنها الفترة التي تبدأ فيها شخصية الفرد في التكوين، ويكون الفرد فيها أكثر موضوعية و حركية و أكثر رغبة في التغيير و تقبل ما هو جديد، كما أنّ الفرد في هذه المرحلة يكون أكثر قدرة و فهماً للقضايا و كيفية معالجتها 3 .

(2) **الظاهرة** :Phenomenon، هي الحدث أو الظرف أو الحقيقة التي تُعرف عن طريق الإحساس .

(3) **التقنية** :Technique، هي كلمة إنجليزية الأصل وتعني الأداء التطبيقي، و هنالك من يربط بين هذا المصطلح و مصطلح (Technology)، و هي كلمة يونانية الأصل مكونة من مقطعين: الأول (Techno) وتعني حرفة أو صنعة أو فن، و الثاني (Logy)، و هي لاحقة بمعنى علم، و بذلك يُصبح مصطلح التكنولوجيا يعني علم التقنية أو العلم الذي يهتم بتحسين الأداء، و يُشير بعض الباحثين إلى أنّ هنالك صلة قوية بين الكلمتين الإنجليزية و اليونانية من حيث الاشتقاق اللغوي و من حيث المعنى، فالحرفة أو الصنعة ما هي إلا تقنية أو تطبيق أدائي لفكرة معينة، و قد ظهر مصطلح التقنية في اللغة الإنجليزية في بداية القرن السابع عشر حيث كان يعنى مناقشة الفنون الجميلة، و يُستخدم هذا المصطلح في الوقت الحالي للدلالة على الأساليب و الطرق الفنية المختلفة لإنتاج الآلات و الأجهزة و المعدات و المنتجات المختلفة، ويُراد بكلمة تقنية استناداً إلى الجزأين المكونين لكلمة (Technology) ذلك العلم التطبيقي الصناعي الذي تم تحصيله بواسطة الأجهزة العلمية، و هي تدل في الأصل على مختلف طرق المعالجة العلمية في الفنون عموماً، و البحث العلمي على وجه الخصوص، و قد شاع استخدامها حديثاً لتجسيد عملية تحويل الموارد و الاكتشافات العلمية التي تحكم العالم الطبيعي إلى منجزات واقعية يُسخرها الإنسان لخدمة أغراضه و مصالحه 4 .

(4) **الضرورة :**Necessity، الضرورة لغة اسم من الاضطرار، و الاضطرار هو الاحتياج الشديد، أي أنّ الضرورة هي الوضع أو الحالة لا يُمكن الاستغناء عنها.

(5) **التأثير:**Impact، هو التغيير الذي يحدث في اتجاهات الفرد و سلوكياته نتيجة لتلقيه لمعلومات من مصادر معينة بحيث تضيف إلى رصيده معلومات جديدة أو تكون لديه اتجاهات جديدة أو تعدل اتجاهاته القديمة 5 .

مفهوم الشبكات الاجتماعية:

فرض التطور التقني الهائل الذي شهده قطاع تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في السنوات الأخيرة من القرن الماضي، و خاصة مع انتشار شبكة الإنترنت حقائق جديدة جعلت سكان الأرض يتواصلون و يتلاحمون في عالم افتراضي ما فتئت افتراضاته تتحكم شيئاً فشيئاً في الواقع الاجتماعي و الثقافي و السياسي و الاقتصادي لسكان الكرة الأرضية، و لعلّ من إفرازات التكنولوجيا الحديثة و التي جعلت العالم لا يستقر على حال، ما أصبح يُعرف بالشبكات الاجتماعية Social Networks، و في مفهومها البسيط هي مواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت تقوم بتصميمها شركات خدمات اتصال كبرى تجمع الأشخاص ذوي الاهتمامات المشتركة كالأصدقاء و أصحاب المهن المشتركة ليتبادلوا الحوار في موضوعات تهمهم، و من حيث التوصيف و التعريف العلمي فإنّ **الشبكات الاجتماعية هي عبارة عن مواقع على شبكة الإنترنت توفر لمستخدميها سواء كانوا أفراداً أم جماعات فرصة التلاقي و تبادل المعلومات و الآراء و الأفكار و الهموم و المشكلات من خلال الملفات الشخصية و ألبومات الصور و غرف الدردشة و غير ذلك.** و من أمثلة هذه الشبكات مواقع: Face book، و Twitter، و MySpace ...، و لعلّ من الأسباب الرئيسة لإقبال فئات المجتمعات المعاصرة و خاصة فئة الشباب و تدافعها على هذه المواقع هو أنّ الانضمام لهذه الشبكات لا يتطلب جهداً كبيراً، إذ يكفي من يريد استخدامها التسجيل في إحداها و قبول دعوة أحد ثم اختيار المجموعة التي يرغب في التواصل معها ليدخل عالماً لا يخلو من إثارة للمشاعر و الغرائز في كثير من الأحيان.

أشكال الشبكات الاجتماعية:

تُصنف مواقع الشبكات الاجتماعية ضمن مواقع الجيل الثاني للويب (Web 2.0)، و هو مصطلح يُشير إلى مجموعة من التقنيات الجديدة التي أدت إلى تغيير سلوك الشبكة العالمية (الإنترنت)، و هي تطبيقات معتمدة على الشبكة العالمية، و قد كان أول ظهور لهذا المصطلح في عام 2003م في مؤتمر تطوير للويب عقد في مدينة سان فرانسيسكو، و لعلّ من أهم الفروق بين تكنولوجيا الجيل الأول و تكنولوجيا الجيل الثاني هي ظهور الشبكات الاجتماعية و على رأسها الفيس بوك و ظاهرة المدونات (Blogs)، و سبب تسمية هذه الشبكات بالاجتماعية هو أنها جاءت من مفهوم " بناء المجتمعات "، و لعلّ هذا هو سر جاذبية هذه الشبكات للأجيال المعاصرة و خاصة جيل الشباب فهي في واقعها تحاكي أشكال التجمعات التي تجمع الأفراد على أرض الواقع، وقد أطلق Mark Given الضابط السابق في وكالة الاستخبارات المركزية الأمريكية (C. I. A 6)على هذه الشبكات اسم ((السلطة الخامسة)) ؛ لأنها لا تخضع لسيطرة الحكومات، و لا لسيطرة المؤسسات 6، و يمكن حصر أهم ميزات الجيل الثاني للويب في الآتي :

1. السماح للمستخدم باستخدام برامج تعتمد على (الموقع) مع القدرة على التحكم في هذه البرامج .
2. السماح للمستخدم بإضافة قيم على الموقع و التعبير عن نفسه وإضافة اهتماماته و ثقافته و تجربته .
3. تزويد المستخدم بنظام تفاعلي يسمح له بمشاركته في عملية تفاعلية اجتماعية .
4. السماح بتعديل قاعدة البيانات من خلال إضافة أو تعديل أو حذف المعلومات.

ويمكن تصنيف هذه الشبكات من حيث أشكالها و اهتمامات المتعاملين معها إلى الآتي :

أولاً: الشبكات العامة أو الواسعة النطاق:

(Broad- Range Social Network)

و هي إحدى أنواع الشبكات الاجتماعية التي صممت من أجل توفير الفرص لروادها للتفاعل و فتح باب الحوار مع عامة الجماهير من خلال تقنية الويب 2.0 على الشبكة العالمية (الإنترنت)، و من أجل إزالة الالتباس و الخلط بين مصطلح Web ومصطلح الإنترنت (Internet) و الذي يقع فيه كثير من الناس نقول إن هنالك فرق كبير بين المصطلحين، فالإنترنت هي الشبكة المعلوماتية الضخمة و التي تضم من ضمن خدماتها الشبكة العنكبوتية الويب أو ما يُطلق عليه www، فالإنترنت كمصطلح يطلق على الشبكة بكامل خدماتها من خدمات المحادثة، و البريد الإلكتروني، و المجموعات الإخبارية، و بروتوكول نقل الملفات Files Transfer Protocol7، فالإنترنت إذن هي مشروع و ليس مجرد مصطلح أو تصنيف كما هو الويب 2.0، فالمصطلحان لا يدلان على شيء واحد كما يعتقد الكثيرون. وتعمل هذه الشبكات الاجتماعية كمحطات التقاء و اجتماع بين الأصدقاء و أو الأعضاء بهدف المشاركة في المحتويات و الملفات و الصور و الفيديو، وأهم ما يميز هذا النوع من الشبكات هي أنها تمثل النوع العام من الشبكات الاجتماعية حيث أنّ المواقع المدرجة تحتها لا تختص بخدمة فئة أو جهة بعينها، كما أنها لا تحدد محيط أو نوع الحوار المتاح للطرح، إذ يمكن فتح حوارات عن موضوعات مختلفة، اجتماعية، ثقافية، سياسية، علمية وغير ذلك .

و من أمثلة مواقع الشبكات الاجتماعية العامة ،موقع Face book، و هو يعد من أهم مواقع الشبكات الاجتماعية و أوسعها انتشاراً رغم قصر فترة تأسيسه، فقد أسسه أحد طلبة جامعة هارفارد و هو Mark Zuckerberg عام 2004م 8 و قد اقتصر استخدامه في بادئ الأمر على طلبة الجامعات و المدارس الثانوية في الولايات المتحدة الأمريكية و لمدة سنتين قبل أن يفتح للعامة، و لعلّ من ميزات موقع الفيس بوك بالإضافة إلى ميزة الجمع بين الأصدقاء، و أصحاب الاهتمامات ، و الثقافات، و الهوايات ... هو أنّ مستخدمه يمكن أن يتمتع بما يُسمى بالخصوصية Privacy، ذلك من خلال خاصية Limited Profile، حيث يستطيع المستخدم أن يتحكم في جزء معين من صفحته التي

تحتوي على البيانات الخاصة مثل إخفاء صورته، كما يمكنه يضم قائمة من الأصدقاء إلى صفحته الشخصية، ومن الخدمات الميزة لموقع الفيس بوك أيضاً خدمةAPI، وهي اختصار لمصطلح Applications Interface Programmes، أي واجهات برمجة التطبيقات، و هي مجموعة من الوظائف التي تتيح للبرنامج التحدث مباشرة مع برنامج آخر، مثل تطبيقات (Java API)، و التي تتيح للمبرمجين وظائف جاهزة و مكتوبة مسبقاً بدلاً من كتابتها من البداية، كما يمكن الاستفادة من برامج Wiki و هي برامج تسمح بإضافة المحتويات و تعديلها، و من تطبيقاتها Wiki news و هو موقع لمصادر الأخبار المجانية يسمح لأيٍّ شخص بكتابة الأخبار، ومن مواقع الشبكات الاجتماعية المهمة أيضاً موقع Twitter، و MySpace9، ومما تجب الإشارة إليه هنا هو أنّ هذه المواقع الاجتماعية و إنّ ظهرت من خلال اسمها أنها تهتم بالقضايا و الموضوعات الاجتماعية بشكل أكبر إلا أنه من الملاحظ في السنوات الأخيرة قد تدخلت الاستخدامات السياسية كثيراً في استخدامات هذه الشبكات و خاصة في دول العالم النامي حيث أصبحت هذه الشبكات من أهم أدوات المعارضة و التعبير عن الرأي، بحيث يمكننا القول أنّ الاستخدامات السياسية لهذه الشبكات قد أصبحت تحتل المرتبة الثانية بعد الاستخدامات الاجتماعية، و للتدليل على هذا القول فقد تعاونت شركةGoogle، و هي من كبريات محركات البحث على الشبكة العالمية مع موقع Twitter الاجتماعي على إطلاق نظام يتيح الاتصال بالموقع بواسطة الهاتف الأرضي العادي ؛ و ذلك رداً على عملية قطع الإنترنت عن المتظاهرين في جمهورية مصر بعد أن أعلن آخر مزود بخدمة الإنترنت في الدولة و هي مجموعة النور التوقف عن تقديم الخدمة بسبب الأحداث و الاضطرابات التي شهدتها الدولة مؤخراً، حيث أصبحت البلاد مقطوعة إلكترونياً بالكامل، و أُعطيت للمتظاهرين أرقام هاتفية تتيح لهم التواصل عبرها لنشر و تلقي رسائلهم على موقع Twitter الاجتماعي، و قد قام بتنفيذ هذا النظام الجديد فريق صغير من مهندسي مجموعة Google، و Twitter، و Say Now، و هذه هي ذات الطريقة التي استخدمتها شركة Google مع الحكومة الصينية عندما حاولت الحكومة فرض رقابة على محرك البحث التابع للشركة حيث أطلقت الشركة نظاماً لمستخدمي الإنترنت يتيح للصينيين الالتفاف على عملية الرقابة الرسمية ؛ وذلك عن طريق محرك بحث مركزه هونغ كونغ التي لا تخضع للسلطة المركزية الصينية10 .

ثانياً: الشبكات الاجتماعية ذات الاهتمامات المشتركة:

Interest-based social networks

وهي مواقع اجتماعية تجمع أشخاصاً يناقشون موضوعات مختارة، و تجمعهم اهتمامات مشتركة في موضوعات معينة مثل الاهتمامات العلمية، و المهن المتعلقة بالأعمال، أو الرياضة، و الصحة ...، و نسبة لقلة الموضوعات في مثل هذا النوع من الشبكات الاجتماعية، فإنّ عددها أقل من الشبكات الاجتماعية العامة أو الواسعة النطاق، و تعتمد مواقع مثل هذه الشبكات على الإعلانات التجارية كممول رئيس، ومن مواقع هذا النوع من الشبكات، موقع LinkedIn، وهو موقع يلتقي فيه أصحاب الكفاءات العالية حول العالم يمثلون أكثر من 170 تخصص أو مهنة ، و أكثر من 200 دولة 11 حيث يُمكن لأي خبير في مجال معين أن يتقدم و يتعاون مع نظرائه في نفس المجال و يقدم خبرته و رأيه ؛ و ذلك لتحقيق الأهداف المشتركة بين الخبراء، ومن هذه المواقع أيضاً موقع F00l.com ، و هو موقع خدمات مالية يهدف إلى بناء أكبر مجتمع استثماري عالمي، و تصل معلوماته إلى ملايين الأشخاص من خلال البريد الإلكتروني و الكتب و الصحف و الإعلانات عبر الوسائل المختلفة، و من المواقع المهمة في هذا المجال أيضاً، موقع Military.com 12، و هو موقع يختص بالعسكريين و عائلاتهم، حيث يساعدهم على الاستفادة من خبراتهم بعد انتهاء فترة خدمتهم العسكرية، و ذلك من خلال إعطائهم مساحات للتحدث عن خبراتهم و تجاربهم في مجال الخدمة العسكرية ، و يقدم خدمات لعائلاتهم مثل الحصول على المنح الدراسية و الدعم الحكومي.

الشبكات الاجتماعية، الإيجابيات و السلبيات

أولاً: الإيجابيات

1. أتاحت هذه الشبكات لمستخدميها تبادل الخبرات و الاهتمامات و الآراء فيما بينهم و إطلاق إبداعاتهم و مواهبهم الكامنة، حيث أصبحت هذه الشبكات تمثل النوافذ التي يطل الشباب من خلالها على العالم الخارجي .
2. أصبحت الشبكات الاجتماعية وسيلة أخبار مهمة لأحداث بعينها و خاصة الأحداث السياسية و مجرياتها .
3. الشبكات الاجتماعية اليوم أصحبت وسيلة يمكن من خلالها استطلاع آراء فئات مجتمعية معينة مثل استطلاع آراء الشباب عبر الفيس بوك و تويتر و غيرها.

4. مثلت هذه الشبكات منديات افتراضية حيث تم تكوين العديد من الملتقيات الاجتماعية عبر هذه الشبكات، منها على سبيل المثال ملتقى العرب من المحيط إلى الخليج ، ملتقى طلبة شبكة جامعة عجمان للعلوم و التكنولوجيا ، مشروع إماراتويت ... .

ثانياً : السلبيات

1. ضياع الوقت بسبب الإبحار و الاستغراق في هذه الشبكات الأمر الذي أدى إلى التلاشي التدريجيلعملية التواصل المجتمعي على أرض الواقع .
2. استخدام البيانات و المعلومات الشخصية قد يؤدي في بعض الأحيان للاستخدام المضاد أو السيئ لهذه المعلومات .
3. إنّ استخدام هذه الشبكات من خلال الملفات الخاصة قد أدى إلى انعدام الخصوصية (Privacy)، فليس هنالك رقابة على المعلومات التي يتم تحميلها على مواقع هذه الشبكات، كما أنه لا توجد قوانين عقابية رادة تعاقب من يقتحم خصوصية الأشخاص من خلال هذه المواقع .
4. إنّ الاستخدام المفرض لهذه الشبكات من قبل فئات الشباب و الذي ترافق معه استخدام دارج لبعض اللغات و على رأسها العربية ، سوف يؤدي إلى قتلها بشكل تدريجي .

نهوض مجتمع الشبكات و القوى المحركة له .

هنالك أربع قوى محركة رئيسة تساعدنا معرفتها في التفكير فيما يتعلق بشأن كيفية انخراطنا في مجتمع الشبكات بحيث يمكن أن نوجه أنفسنا بصورة أكثر فاعلية داخل هذا المجتمع، و هذه القوى هي :

أولاً : التكنولوجيا الرقمية: Digital Technology

إننا لا ندرك غالباً التكنولوجيا ذاتها أو ما يطلق عليه بعض الباحثين (التشكيل الاجتماعي للتكنولوجيا) أو استخداماتها التي تحدد موقع الفرد داخل المجتمع، و عندما نقدم للتكنولوجيا أيّة فكرة على الإطلاق، فإننا نميل إلى التفكير فيها كشيء محايد ، و على الرغم من ذلك يرى Niel Postman أنّ التكنولوجيا تأتينا مع قيمها (الأيديولوجية المحكمة الخاصة بها)13 ، ويذهب جاكوسإلولJacques Ellul واضع النظرية التكنولوجية إلى أنّ التطورات التقنية لا تُعد شيئاً جيّداً أو سيئاً أو محايداً و لكنها تعمل كجزء من النظام فتخلق البيئات التكنولوجية و الأيديولوجية التي تقيدنا أو

تجعلنا نتصرف أو نتجه للتصرف بطريقة معينة، و هذا ما اصطلح على تسميته بمذهب الحتمية التكنولوجية Technological Determinism، حيث تُجبر التكنولوجيا في حد ذاتها الناس على التصرف بشكل معين 14 .

و ما نريد أن نوضحه هنا هو أننا إذا ما جعلنا تكنولوجيا المعلومات و الاتصال واضحة، و ذلك من خلال عرضها و نقدها، فإنّ ما سنكتشفه هو الحتمية التكنولوجية، و إذا سلمنا بأنّ المذهب الحتمي يفترض مسبقاً (الإجبار)، فإنّ المذهب الأيديولوجي يعمل في المقابل بشأن الرغبة، فشعار ((شركة مايكروسوفت)) الذي يقول: إلى أين تُريد أن تذهب اليوم ؟ يُشير كما لو أنّ شركة مايكروسوفت ليست لديها فكرة جيّدة جداً حول بماذا تبدأ ؟ كما يرى 15 Langdon Winner أحد واضعي النظريات حول التكنولوجيا و المجتمع، فالسّلبية التي أشار إليها وينر تُعد ليست من التكنولوجيا و لكنها من الأيديولوجيا، فلكي تعمل الأيديولوجيات فإنها لابد أن تحتوي على جوهر الحقيقة أي أن تصنع الفكرة في أذهان الناس و توجدها و بالتالي يكون ذلك مع تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، و عندئذ تُصبح حقيقة أنّ الإنترنت و مجتمع الشبكات الذي يساعد في عملية المساندة يمكن أن يكونا مكاناً حيث يمكن أن يكون الاتصال السريع و الفعّال مفيداً في كل أنواع الطرق الأساسية، كما يمكن للناس أن يستخدموا المعلومات و الاتصال لإفساد الأيديولوجيات المسيطرة .

ثانياً: الرأسمالية الرقمية: Digital Capitalism

لقد أصبح من الأمور المسلّم بها أنه لن تكون هنالك إنترنت و لا مجتمع شبكات بدون دعم من الرأسمالية المتحدة بحيث يكون هنالك احتواء لإنتاج كل شيء لكي تكون الطريقة أكثر فاعلية للعمل و بكفاءة و إنتاجية بشكل أكبر، فقد تحققت أحلام الملايين من العملاء دائمي الجلوس خلف الحواسيب الآلية و الذين كانوا يطالبون باستخدام الإنترنت في كل شيء، فقد تأسس موقع Amazon في عام 1994م كمنفذ لبيع الكتب عن طريق الإنترنت، ثم أصبح بداية أصيلة للإنترنت و نموذجاً أولياً للاقتصاد الجديد، و كما توقع كثير من الباحثين، فإنّ المراكز التجارية للتسوق سوف تصبح عما قريب شيئاً من الماضي ليحل محلها البيع الإلكتروني عبر الإنترنت و التسليم عبر الوكلاء، و قد هيمنت بالفعل القليل من الشركات الضخمة في مجال الإعلام و تكنولوجيا المعلومات و الاتصال عن بعد و عملت على تشكيل طريقة معيشتنا و تفكيرنا

و تنظيمنا لحياتنا، و سوف تستمر الشبكات الإلكترونية لتحصل على الزخم التكنولوجي لتشكيل حياتنا بطرق تصعب معرفتنا لها أو التنبؤ بنتائجها 16 .

ثالثاً: العولمة الرقمية: Digital Globalization

مثلما أصبح المنطق السائد أنه لا يوجد مجتمع شبكات بدون قواعد رأسمالية، فكذلك لا توجد عولمة بدون ثورة للمعلومات و الاتصال، فقد عززت كل من تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و عمليات العولمة بعضها البعض بشكل متبادل لتطوير رأسمالية الاستثمار الضخم أو ما يسمى بـSuper – Changed Capitalism، فقد مكنت تكنولوجيا المعلومات و الاتصالالعلاقات التبادلية بين الأقاليم و المدن، و الاقتصاديات، و الأعمال، و الأفراد و عملياتهم التجارية من أن يدخل الإنتاج و الاستهلاك في مجتمع الشبكات، و هو المجتمع الذي يشمل الآن كوكب الأرض بأكمله تقريباً، و بذلك فقد نجحت كل من تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و فلسفة الليبرالية الجديدة العابرة للحدود في وضع رؤية مارشال مكلوهان M. McLuhanالمتعلقة بالقرية الكونية Global Village على أرض الواقع، وربما بطريقة فاقت التصور الذي كان في ذاكرة مكلوهان، و في ظل العولمة الشاملة تتغير بشكل أساسي المحلية و الإقليمية و تواجه تحدياً من قبل العولمة التجارية، و هذه في الواقع عملية مليئة بالمخاطر و عرضة للتقلبات، كما يرى Anthony Giddens و الذي قال: ((نحن في بداية الامتداد الأولي لمجتمع الشبكات الذي يأتي من مصادر متعددة ...، فهو يأتي من تأثير التكنولوجيا على الأسواق العالمية، و أيضاً من زوال الاتحاد السوفيتي، و نحن في بداية هذه العملية و لا نعرف حتى الآن إلى أين تقودنا ... و لو أننا يمكننا القول بأنّ الغرب كان متحكماً في المراحل الأولى لهذه العولمة فإنّ المرحلة الحالية تُعد من المراحل التي لا يتحكم فيها أحد))17، و في عالم ليس لأحد أن يتحكم فيه تُولد العولمة الشاملة حيث تعمل هذه العولمة على إيجاد الفصل ما بين المحلي و العالمي أو ما أسماه بعض الباحثين بالحدود القديمة العِرقية و شبه القومية من الداخل، و أيديولوجية الأسواق العالمية .

رابعاً: التسارع الرقمي: Digital Acceleration

يرى Paulvirilio أنّ الإجراءات الرقمية المتسارعة تدعم تسريع الحياة ، مما يؤدي إلى تسريع الواقع، بمعنى أننا كلما اعتمدنا على شبكات الحاسب الآلي في العمل أو المنزل، أو في الشارع مع الهاتف المحمول الملتصق بالأذن، شعرنا بمجالها المتسارع زمنياً، و قد أطلق روبرت حسن على هذه

العملية مصطلح (الوقت الشبكي)18 ، فهو يرى أنّ هناك الكثير من الفترات الزمنية في الشبكات، فعلى سبيل المثال هناك (الوقت الفعلي) الظاهري لمكالمة خط الهاتف الأرضي أو الهاتف المحمول أو الفيديوكونفرانس، أو الوقت الفوري، أو المؤجل، اعتماداً على وقت اختيارنا لقراءة البريد الإلكتروني أو الوقت السريع للإنترنت واسع النطاق، أو الوقت الأكثر بطئاً لاتصال الحاسب الآلي بالإنترنت ...الخ، و قد أصبحت هذه السلطة الزمنية تصب في ثقافة المجتمع خلال العشرين سنة الأخيرة على الأقل، لتساهم في السرعة بشكل كبير، فيما أطلق عليه James Gleick مصطلح (التسريع في كل شيء)، و إذا كان منطق نظام الشبكات في التعامل مع المنتجات و الناس و العمليات بصورة أسرع و أسرع قد نظر في التكاليف ـ كما حذر أحد الباحثين ـ فإنّ مما سوف يُجنى من فوائد في المعلومات الإلكترونية، و الاتصالات الإلكترونية سوف يؤدي بالضرورة إلى خسارة في مكان آخر 19 ، ولعلّ المقصود بتلك الخسارة هي الخسارة الاجتماعية و الثقافية و النفسية لشعوب الدول الفقيرة التي لا تملك من الوسائل و الأدوات ما تستطيع أن تدافع به عن نفسها ، و تلك هي بعض التأثيرات الناتجة عن تسريع وقت شبكات المعلومات و الاتصالات الأمر الذي كان له نتائج مهمة بشأن تشكيل التغير الدائم في الإنتاج الإعلامي و الثقافي في العالم شديد الاتصال.

الظاهرة الاجتماعية : تعريفها و كيفية علاجها.

تُعرّف الظاهرة الاجتماعية بأنها : عبارة عن مجموعة النظم و الاتجاهات السائدة في مجتمع ما ، و التي قد يتخذها أفراد هذا المجتمع أسلوباً لحياتهم في مجالات مختلفة قد تكون سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية أو غير ذلك. ويصنف علماء الاجتماع الظاهرة الاجتماعية أنواع حسب خطورتها على المجتمع، فإذا كانت الظاهرة ليست لها آثار سلبية كبيرة على المجتمع بحيث لا تغير من أخلاقياته و سلوكياته و تركيبته البيئية ، فإنهم ـ أي علماء الاجتماع ـ يعتبرونها ظاهرة طبيعية ، أمّا إذا كانت للظاهرة الاجتماعية آثار سالبة بحيث أدت إلى انحراف النظام الاجتماعي في مجتمع ما ، فإنّ بعض علماء الاجتماع قد صنف مثل هذه الظاهرة بأنها غير طبيعية ؛ لأنها تعبر عن صراع قد يكون قاتلاً و مدمراً ، و إن كان عالم الاجتماع الأول الفرنسي David Emil Durkheim يرفض فكرة الصراع المدمر هذه، و يذهب باحثون اجتماعيون آخرون إلى أنّ كل مشكلة اجتماعية هي ظاهرة اجتماعية ؛ لأن علاجها لن يكون بمعزل عن محددات وظروف هذا المجتمع، و تصبح الظاهرة خطراً على المجتمع عندما تتحول إلى مشكلة اجتماعية 20 و

تبدأ بإنتاج آثار سلبية على البناء الاجتماعي، و يُؤكد الباحثون الاجتماعيون على أنّ كل ظاهرة اجتماعية مرتبطة بالمعايير و القيم الاجتماعية الموجودة في المجتمع الذي تسود فيه هذه الظاهرة، بمعنى أنّ ما يمكن تصنيفه بأنه ظاهرة مقبولة في مجتمع ما، قد يكون عكس ذلك في مجتمع آخر، فعلى سبيل المثال: أن تتصرف الفتاة في نفسها بعد سن الثامنة عشرة في المجتمعات الغربية، فهذه ظاهرة طبيعية في تلك المجتمعات، لكن لا يمكن قبولها على الإطلاق في المجتمعات العربية و الإسلامية .

أمّا عن كيفية علاج الظواهر الاجتماعية، فيمكن القول بأنه من الخطأ التعامل مع أية ظاهرة على أنها انحراف أخلاقي و سلوكي دون البحث في مسبباتها و تفسيرها تفسيراً علمياً دقيقاً، و الذي يربطها بسياق حركة المجتمع و ظروفه السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية ...، و تتفاوت درجات معالجة معالجة الظواهر الاجتماعية حسب نوع الظاهرة فإذا كانت الظاهرة الاجتماعية من النوع الذي يحتاج إلى وسائل معالجة بسيطة كازدياد ظاهرة الكذب بين أفراد المجتمع المسلم مثلاً، ففي هذه الحالة قد نكتفي بالوعظ و الإرشاد و النصائح و التوجيهات الإسلامية، و لا نهتم كثيراً بالبحث العلمي و التحليل في علاج الظاهرة، أمّا إذا كانت الظاهرة قد جاءت نتيجة لإفرازات لمشكلات سياسية و اقتصادية و اجتماعية و ثقافية و حضارية 21 عميقة كحالتنا التي ندرسها و هي ظاهرة التواصل من خلال الشبكات الاجتماعية و تأثيراتها على سلوكيات الشباب، ففي هذه الحالة لابد من معرفة الظروف التي برزت فيها مثل هذه الظاهرة الاجتماعية أولاً ثم يأتي بعد ذلك مباشرة الفهم الموضوعي للظاهرة و القائم على البحث العلمي و التحليل الاجتماعي الدقيق مع الاستعانة بالوعظ و الإرشاد الأخلاقي و دوره في تماسك المجتمع و الحفاظ على قيمه .

التواصل بين الشباب الجامعي عبر الشبكات الاجتماعية : أسبابه ، ودوافعه

المتابع لعملية تواصل الشباب من خلال الشبكات الاجتماعية يصل إلى نتيجة مفادها أنّ أحد أسباب هذا التواصل المهمة هو التعرف على الآخرين و التواصل معهم فقد أتاحت الإنترنت للشباب المعاصر مساحة لم تكن موجودة من قبل، فقد أصبحت مواقع الشبكات الاجتماعية هي الوسيلة الأكثر استخداماً للتعبير عن النفس و الدعوة للآخرين للتعرف عليهم و التواصل معهم، و قد اتضح ذلك من خلال استطلاع لآراء عينة من طلبة

جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا ـ كلية المعلومات و الإعلام و العلوم الإنسانية ـ و قد تكونت العينة المستطلعة من عدد 30طالباً و طالبة، 15 من فئة الطلاب، و 15 من فئة الطالبات، و قد دار سؤالهم حول دوافع استخدامهم للشبكات الاجتماعية، و يبين الجدول الآتي إجاباتهم .

الدافع	العدد	طالبة	طالب	النسبة ٪
البحث العلمي	3	0	3	0.9
تمضية وقت الفراغ	4	1	3	1.2
التعبير عن الذات و تقديمها للآخرين	6	2	4	1.8
التسلية و الترفيه	8	3	5	2.4
التعرف على الآخرين و التواصل معهم	9	1	8	2.9

المجموع 30

و يشير هذا الجدول إلى أنّ دافع التعرف و التواصل مع الآخرين هو من أكثر الدوافع عند الطلبة الذين استطلعت آراؤهم و خاصة فئة الطلبة الذكور، فالطالب لا يكلف نفسه بأن يُدّون شيئاً على مواقع هذه الشبكات، و إنما قوم بإرسال رسائل متعددة لعناوين قد يتم اختيارها بشكل عشوائي، و قد تكون غير محددة منخلال ما يسمىUndisclosed- recipientليرد عليه آخرون بنفس الطريقة و هذا يوضح بجلاء الفرق بين مستخدمي الشبكات الاجتماعية بشكل عام و بين أصحاب المدونات Bloggers)) و هو أنّ صاحب المدونة يشعر أنه يقدم شيئاً ذا قيمة للأفراد و المجتمع ، رواية، قصة، سيرة ذاتية، مجموعة شعرية ... ؛ و لهذا نتفق مع الذين يرون أن المدونة هي وسيلة النخبة أكثر منها وسيلة للعامة 22، بينما نجد أن مستخدمي الشبكات الاجتماعية مثل Face book و Twitter ... هم في الغالب أفراد يعبرون عن ذاتيتهم متفاعلين مع غيرهم من خلال شبكة الإنترنت بطرق مختلفة و لا يشترط فيهم أن يكونوا محترفين، و من الدوافع المهمة التي تدفع مستخدمي هذه الشبكات للولوج إليها بأعداد كبيرة: التسلية و الترفيه، التعبير عن الذات و تقديمها للآخرين، و قد تتفاوت هذه الدوافع بشكل كبير

بين الشباب الجامعي من حيث الجنس و العمر، كما يرى بعض الباحثين أن سهولة و مجانية استخدام هذه الشبكات قد تكون من الدوافع و الأسباب المهمة للإقبال عليها .

العلاقة بين استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية و أوضاعهم الاجتماعية

فرض التطور التقني الهائل الذي شهده قطاع المعلومات و الاتصال في وقتنا الحالي و خاصة مع انتشار شبكة الانترنت حقائق جديدة على العالم جعلت سكان الأرض يتواصلون و يتلاحمون في عالم افتراضي ما فتئت افتراضاته تتحكم شيئاً فشيئاً في الواقع الاجتماعي و الثقافي و السياسي و الاقتصادي لسكان الكرة الأرضية، ومن أهم نتاجات التكنولوجيا التي جعلت العالم لا يستقر على حال ظهور ما بات يعرف حديثاً بالشبكات الاجتماعية SNS ، فقد أصبحت أعداد المستخدمين لها تتضاعف يومياً بصورة مذهلة بل إن المستخدمين قد هجروا مواقع التصفح المعروفة على شبكة الإنترنت إلى مواقع أخرى أكثر حداثة، ففي دراسة إحصائية أجريت في الفترة ما بين شهر فبراير للعام 2007م ـــ شهر فبراير للعام 2009م في الولايات المتحدة أوضحت الدراسة أن المستخدمين يمضون الجزء الأكبر من وقتهم في تصفح مواقع الشبكات الاجتماعية مثل Face book و Twitter و MySpace ... في مقابل تصفح مواقع أخرى مثل: Google و Yahoo 23، و تنطبق ذات الحالة على شباب منطقتنا العربية حيث يمضي الشباب جل وقته في تصفح مواقع الشبكات الاجتماعية المشهورة مثل :الفيس بوك و تويتر و يوتيوب ... بل و استخدامها استخداماً تفاعلياً قد لا يكتفي المستخدم فيه بمعرفة الرسائل الواردة إلى البريد الشخصي فقط و ذلك كما يوضح الجدول الآتي ..

اسم الموقع	عدد المستخدمين في اليوم	طالبة	طالب	النسبة ٪
Google	3	2	1	0.9
Wikipedia	2	1	1	0.6
Yahoo	4	1	3	1.2
Twitter	3	0	3	0.9
MySpace	2	0	2	0.6
Face book	7	2	5	2.1
Flickr	1	0	1	0.3
Utube	8	2	6	2.4
Cyworld	0	0	0	0

المجموع 30

و يوضح هذه الجدول أن أكثر المواقع استخداماً من قبل الشباب هو موقع Utube ؛ و ذلك لأنه يحتوي على تحميلات للفيديو و الصور الحيّة، و يليه Face book أمّا بالنسبة للمواقع المتدنية الاستخدام من قبل العينة المستطلعة فلأنها غير جاذبة بشكل كبير لفئات الشباب مثل موسوعة Wikipediaالتي تهتم أساساً بتقديم المادة العلمية البحتة و لذلك يلجأ إليها الطلبة فقط كمصدر لأبحاثهم و تكليفاتهم وواجباتهم، أمّا المواقع غير المرتادة تماماً من قبل المستطلعين فقد يكون السبب في ذلك راجع إلى اللغة التي تستخدمها هذه المواقع مثل موقع Cyworld الذي يستخدم لغة من جنوب شرق آسيا، و فيما يتعلق بالعلاقة بين استخدامات الشباب الجامعي للشبكات الاجتماعية و أوضاعهم الاجتماعية فيمكن القول بأنّ حوالي 95٪ من فئة المستخدمين لهذه المواقع هم من غير المتزوجين و في الغالب تتراوح أعمارهم مابين 17إلى 21سنة كما أنّ الغالبية من هؤلاء غير مرتبطين بعمل رسمي غير الدراسة، كما اتضح أن الأوقات التي يقضيها هؤلاء في استخدام و متابعة الشبكات الاجتماعية أغلبها يتراوح مابين 2ـ 4 ساعات، و هذا يوازي أو يفوق أحياناً عدد الساعات التي يقضيها الطالب في دراسة بعض المواد العلمية الأمر الذي يقلل من قدرة الطالب على متابعة مواده الدراسية في اليوم أو الأسبوع أو الشهر.

التأثيرات النفسية و الاجتماعية للشبكات الاجتماعية على مستخدميها

تؤكد البحوث و الدراسات التي أجريت على مستخدمي شبكة الإنترنت بشكل عام على أنّ هنالك عدداً من الآثار الاجتماعية و النفسية التي يعاني منها مستخدمو الشبكة منها زيادة الاكتئاب و الشعور بالوحدة ؛ لأنّ المعايشة مع المجتمع الافتراضي أصبحت طاغية على معايشة المجتمع الحقيقي، و من الآثار كذلك الشعور بالضغوط اليومية و الإحباط، و من ذلك أيضاً النقص الشديد و الحاجة إلى الاتصال الشخصي المواجهي، و من خلال متابعاتنا لأنشطة الشباب الجامعي و استخداماتهم للشبكات الاجتماعية كوسائط للتواصل نلاحظ مجموعة من الآثار الاجتماعية والنفسية منها :

أـ الجنوح نحو الفردية و قتل الإحساس بروح الجماعة .

فالطلبة الذين يمضون أوقاتهم الطويلة أمام شاشات الكمبيوتر لمتابعة محتويات الشبكات الاجتماعية و مواقعها، حيث أدى هذا الاستخدام الكثيف والمتعاظم إلى تدهور

في اتصال المستخدمين مع أقاربهم و معارفهم و أصدقائهم على أرض الواقع فأصبح هؤلاء كأنهم يعيشون في كوكب آخر أو جزر معزولة لا علاقة لها بمجتمع الواقع، و بدأ عليهم نوع من الاغتراب الاجتماعي Social Alienation، و هو شعور الفرد بأنه غريب عن مجتمعه، فالطالب المستخدم لهذه الشبكات وجد مجتمعاً افتراضياً كيّف نفسه معه، و بالتالي مات عنده الإحساس بروح المجتمع الحقيقي الواقعي، حيث نلاحظ في معظم جامعاتنا العربية قلة نسبة تجمعات الطلبة لمناقشة أنشطة و موضوعات تخصهم فلم تعد الروابط و الجمعيات الطلابية كما هي في السابق، و على سبيل المثال فإنّ أعضاء الجمعية العلمية لطلبة كلية المعلومات و الإعلام و العلوم الإنسانية في شبكة جامعة عجمان للعلوم و التكنولوجيا لم يجتمعوا في مكان واحد و لمدة سنتين متتاليتين إلا لحل الجمعية و اختيار أعضاء جدد عندما تنتهي دورتها بعد عام كامل مع تدني في نسبة الحضور لهذا الاجتماع الواحد في السنة، و اتضح لنا من خلال مقابلات أجريناها مع بعض أعضاء الجمعية أنهم يجتمعون - كما يقولون - Onlineأي أنهم يتقابلون و يتشاورون من خلال المواقع الإلكترونية .

ب - خلق السلبية و الميل إلى الاستسلام والانسحاب من الواقع .

لعلّ من أهم الآثار السلبية التي تشكل خطراً على مستخدمي الشبكات الاجتماعية من فئة الشباب هو أن الاستخدام المفرط لهذه الشبكات قد خلق لدى كثير من هذه الفئات الشبابية إحساساً بالسلبية و الاستسلام و عدم المسؤولية تجاه الغير، فلم تعد لكثير من هؤلاء قوة الشخصية و التعامل مع المواقف الحرجة، و مهارة التواصل مع الناس، فلم تعد لهؤلاء مهارات الفرد في مواجهة المشكلات و التعامل معها بواقعية، فبسبب الانغماس في عمليات التواصل عبر الشبكات الاجتماعية فقد تراجع الاتصال الشخصي المواجهي فأصبحت هنالك آثار سالبة أهمها تحول شخصية المستخدم لهذه الشبكات إلى شخصية انسحابية ميالة إلى العزلة و تفتقر إلى القدرة على المواجهة المواجهة فبالتالي اندثرت مفاهيم كانت موجودة في مجتمع الواقع مثل المبادرات، و الإبداعات، و الاجتماعات، و هذا يتطلب إيجاد أسلوب جديد لإعادة صياغة العلاقات الاجتماعية بين الأفراد على أساس جديد، فالتكنولوجيا الحديثة بقدر ما سهلت عملية التواصل بين أفراد المجتمع حلت محل تواصلهم المباشر .

الاستخدام الإعلامي للأجهزة الذكية

الأجهزة الذكيةSmart Phones هي عبارة عن أجهزة محمولة متخصصة في نقل خدمات متقدمة في مجال إرسال و استقبال البريد الإلكتروني و الدخول على مواقع الشبكات الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت بالإضافة إلى ميزة خدمة الاتصال العادي 24 و تقوم تطبيقاتها على لغة الجافا Java، و من أمثلة هذه الأجهزة Blackberry، و I phone، و I pad، و لا تزال تكنولوجيا الاتصال واعدة بإنتاج المزيد من الأجهزة المحمولة المتقدمة، فقد أعلنت شركة مايكروسوفت العملاقة في مجال برمجيات الحاسب الآلي أنها سوف تقوم بإنتاج أجهزة هاتف محمولة ذكية و قادرة على التعامل مع الوسائط المتعددة Multimedia25، و هي صغيرة ولكنها قوية جداً و تحمل الكثير من ميزات الكمبيوتر و هي مزودة بشاشات عرض كبيرة نسبياً، و رغم الفوائد التي يجنيها مستخدمو هذه الهواتف و خاصة في مجال التواصل و نقل البيانات إلا أن بعض الدراسات الحديثة قد حذرت من تزايد المخاطر الأمنية و السياسية و الاجتماعية المحتملة التي يمكن أن تشكلها الأجهزة الذكية على سرية البيانات و المعلومات والمؤسسات أو الشركات لا سيما مع استخدام العاملين في هذه الشركات للأجهزة الذكية للقيام بالأنشطة الشخصية و كذلك الأنشطة الخاصة بالعمل في آن واحد، فقد أفادت دراسة عن المخاطر الأمنية لاستخدام الأجهزة الذكية في الشركات أن الشركات التي زودت موظفيها بالأجهزة الذكية لاستخدامها في الأنشطة الخاصة بالعمل قد أبدت تخوفها و قلقها من خلط موظفيها بين المهام المتعلقة بالعمل و بين الأنشطة الشخصية المختلفة كالتواصل مع الشبكات الاجتماعية، و إجراء المكالمات المرئية، و مشاركة الوسائط الإعلامية و غيرها، و أشارت الدراسة إلى أن حوالي 8 من كل 10 أشخاص يعتقدون أن الأجهزة الذكية تعّرض أعمالهم للهجمات، و قد أوضح هؤلاء أن تسريب البيانات يشكل المشكلة الأمنية الأهم . وعلى الصعيد الدولي فقد شكل استخدام تقنيات الأجهزة الذكية هاجساً كبيراً وأدى إلى امتعاض بعض الأنظمة السياسية الحاكمة مما دعاها إلى القيام بمحاولة إغلاق بعض البرامج الخاصة بهذه الأجهزة و إيقاف خدماتها، و لكن في الجانب المقابل كانت الشركات المصنعة لهذه الأجهزة مهتمة جداً بعدم فقدان أي سوق من أسواقها المستهلكة لإنتاجها ؛ و لذلك بادرت هذه الشركات إلى تقديم تنازلات لبعض الدول حتى لا

تغلق بعض البرامج الخاصة بهذه الأجهزة، أما الدول ذات السوق الشرائية الكبيرة، فقد قامت الشركات المصنعة للأجهزة الذكية بتزويدها ببرامج فك شفرات الأجهزة الذكية، فبتاريخ 2010/8/31م وافقت الشركة المصنعة لجهاز Blackberryعلى تزويد الهند -بوصفها من أكبر الأسواق المستهلكة للإنتاج في شرق آسيا - بتقنية فك شفرة البيانات المرسلة إلى الجهاز 26 .

و في منطقتنا العربية يعيش الملايين الآن في مجتمع المعلومات من خلال الهواتف المحمولة المتصلة بالإنترنت، و في الوقت الراهن فقد انتشر استخدام الأجهزة الذكية ليشمل شريحة كبيرة من الشباب و المراهقين الذين وجدوا فيها وسيلة ممتعة لتحقيق الكثير من رغباتهم في الاتصال و التواصل عبر Blackberry Messenger و Windows Live Messenger ، و قد عزز ت بعض الخدمات التي تقدمها شركات الاتصال من هذه العملية ففي دولة الإمارات مثلاً يتدافع الشباب نحو اغتناء الأجهزة الذكية بسبب الخدمات المقدمة، ومن تلك الخدمات العمل بنظام خطي و هي باقة للهاتف المتحرك بنظام الفاتورة الشهرية فقد أوضحت شركة اتصالات أنّ هذا النظام يتميز بالمرونة، و قد تم تطويره لتلبية كافة متطلبات الأفراد والتوافق مع أسلوب حياتهم و يشمل هذا النظام أربع باقات هي : Local or International Basic و Plus، و Extra ، و Ultra، وتتراوح سعات هذه الباقات مابين 10إلى 200 ميجابيت، و مع هذه الباقات يمكن للفرد أن يحصل على هاتف ذكي جديد بسعر مميز أو مجاني حسب نوعية الجهاز، و قد أغرت هذه العروض فئات الشباب على الإقبال على اغتناء الأجهزة الذكية بكميات هائلة ؛ لأنها من حيث الخصائص تعادل الكمبيوتر المحمول، و تتفوق عليه في أنها خفيفة يسهل حملها في أي مكان، و من هنا كانت عملية الإقبال عليها من قبل الفئات الشبابية لدرجة يمكن وصفها بالإدمان، فقد وظفت هذه الفئات الأجهزة الذكية إعلامياً، و ذلك من خلال تبادل الرسائل النصية و الدخول على مواقع الشبكات الإلكترونية و خاصة الفيس بوك، و قد، انعكس هذا الأمر سلباً على التحصيل و الاستعداد الذهني لعملية تلقي بعض الطلبة لدروسهم و متابعتهم لمحاضراتهم فأصبحوا على الدوام في متابعات الرسائل و الدخول على مواقع الشبكات و حتى داخل قاعات الدرس و أثناء إلقاء المحاضرات، من دون أن تكون هنالك أدنى نتائج لهذا الاندماج و الاستخدام المفرط للأجهزة الذكية، الأمر الذي يدفعنا إلى القول بأن هذا التوجه هو عبارة عن ظاهرة اجتماعية أكثر منها ضرورة أوجبتها التكنولوجيا الحديثة، و تصعب السيطرة عليها و التحكم في مسبباتها في الوقت الراهن

بل هي في ازدياد ؛ لأنه لا توجد أدوات ووسائل للتحكم و السيطرة فالبيئة المعلوماتية بفضل الثورة التكنولوجية أصبحت عالية الانكشاف .

خلاصة الدراسة و خاتمتها

ناقشت هذه الورقة إفرازات الإعلام الجديد و المتمثلة في الشبكات الاجتماعية التي كانت لها تأثيرات متفاوتة على شرائح و فئات المجتمع المعاصر، ففئة الشباب كانت هي الأكثر، فقد أدمنت هذه الأجيال المعاصرة التكنولوجيا الحديثة و استخداماتها تماماً كإدمان المخدرات و قد تنتج عن ذلك أضرار كثيرة للمجتمع في المستقبل القريب ، و قد اعتمدت مخرجات هذه الورقة على المقابلة الشخصية من قبل الباحث للفئات المستهدفة، و كذلك الملاحظة و انطباعات الباحث لصلته الوثيقة بهذه الفئة، و قد كان من أهم أهداف هذه الدراسة :

- التعرف على الدوافع الحقيقية من وراء تواصل الشباب الجامعي من خلال الشبكات الاجتماعية بوصفه أحد أهم شرائح المجتمع .
- التعرف على الجوانب الإيجابية و السلبية للتواصل من خلال الشبكات الاجتماعية.
- معرفة مدى تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على فئات الشباب الجامعي .

و من أهم النتائج التي يجب أن تشير إليها الدراسة ما يأتي :

- إنّ تواصل الشباب الجامعي من خلال الشبكات الاجتماعية و قياساً إلى مخرجات و نتائج هذا التواصل يُعد ظاهرة اجتماعية أكثر منها ضرورة حتمتها التكنولوجيا الحديثة .
- إنّ إدمان الفئة الشبابية على الاستخدام المفرط للشبكات الاجتماعية قد أدى إلى فقدان المهارات المطلوبة لإقامة علاقات اجتماعية في البيئة المجتمعية الحقيقية و الواقعية .
- إنّ إدمان هذه الفئة على استخدام الأجهزة الذكية كوسائل و أدوات للدخول على مواقع الشبكات الاجتماعية قد أثر تأثيراً مباشراً على عملية التلقي و بالتالي على الفهم و الاستيعاب داخل القاعة الدراسية .
- تراجع الاتصال الشخصي المواجهي في مقابل التواصل عبر الشبكات الاجتماعية التفاعلية الأمر الذي أدى إلى جنوح الشباب نحو الاغتراب الاجتماعي .
- إنَ الإعلام الجديد المتمثل فيما يسمى بالشبكات الاجتماعية قد أحدث تغيراً كبيراً في كيفية التواصل بين أفراد المجتمع بشكل عام، ومع انتشار و ضخامة هذا التغير إلا أنه بحاجة إلى

معينـات ؛ لأنّه يفتقـر إلى التنظيم الفعلـي علـى أرض الواقـع، فـالفرد المستخدم قـد يكـون عضـواً وهمياً في جماعة ما ليست موجودة في مجتمع حقيقي .

و تُوصي هذه الدراسة بما يأتي :

- ضـرورة تعـاون بعـض الجهـات مثـل أوليـاء الأمـور و المرشـدين الأكـاديميين و إدارة شـؤون الطلبـة مـع الكليـة المعنيـة للتقليـل مـن تـأثيرات الاسـتخدامات غـير المرشـدة للـشبكات الاجتماعية من قبل الطالب الجامعي على مستواه الأكاديمي .
- يجب أن لا يُنظر إلى الإعلام الجديد و شبكاته الاجتماعية على أنه أداة للتطور و التقدم للأجيال الجديدة و خاصة في بلادنا العربية و المسلمة من دون القيام بنقد ذاتي و حقيقي لممارسة هذا النوع من الإعلام على أرض الواقع و خاصة بين فئات الشباب .
- يجب عدم إهمال الوازع الديني من خلال الوعظ و الإرشاد في توجيه الشباب في بلادنا العربية و الإسلامية للتقليل مما قد يحدثه هذه التدافع الشبابي والاستخدام غير المرشد للشبكات الاجتماعية و الذي قد تكون له عواقب غير محمودة على الأجيال القادمة لا سيما في بلادنا ذات الخصوصية الاجتماعية والثقافية .

و قـد أكـدت الدراسـة علـى أن التقـدم في مجـال ثـورتي المعلومـات و الاتـصال قـد فرض واقعاً جديداً و جعل المجتمعات أكثر تطلعاً للمستقبل، و أن هذا الواقع لا مناص من التعايش معه، و قد تطلب ذلك إدخال متغيرات جديدة على جميع الأنشطة المجتمعية لم يكن لتلك المتغيرات دور من قبل أو كان دورها هامشياً .

هوامش الدراسة و مراجعها

كتب عربية و معربة :

1ـ أبو عيشة، فيصل فايز (2010م): الإعلام الإلكتروني، ط1، عمان ـ الأردن ـ دار أسامة للنشر ، ص 11
2ـ البداينة، ذياب (2002م): الأمن و حرب المعلومات، ط1 عمان ـ الأردن ـ مطبعة الأرز، ص 129 .
3ـ الدناني، عبد الملك، (2001م): الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، ط1 بيروت، دار الراتب الجامعية، ص 26 .
4ـ حسن، روبرت، ترجمة بسمة ياسين (2010م): الإعلام و السياسة و مجتمع الشبكات، ط1، القاهرة، مجموعة النيل العربية، ص 17 .
5ـ داوؤد، حسن طاهر (2004): أمن شبكات المعلومات، ط1، المملكة العربية السعودية، مركز البحوث ، ص 33.
6ـ فلحي، محمد (2002م): صناعة العقل في عصر الشاشة، ط1 عمان ـ الأردن ـ دار الثقافة للنشر والتوزيع، ص 55
7ـ عبد الحميد، محمد (2007م): الاتصال و الإعلام على شبكة الإنترنت، القاهرة، عالم الكتب، ص 20 .
8ـ صادق، عباس مصطفى (2005م) ، الصحافة و الكمبيوتر، ط1، بيروت، الدار العربية للعلوم، ص 51 .

بحوث و دراسات و أوراق علمية :

9ـ عمارة، نايلة إبراهيم (2006م): استخدامات الإنترنت و التفاعل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، دراسة ميدانية، وقائع مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي التحديات و الواقع، جامعة الشارقة ،ص 16 .
10ـ عيساني، رحيمة (2010م): استخدامات الشباب للوسائط التقنية الحديثة و أثرها على تواصله الاجتماعي، وقائع مؤتمر جامعة فيلادلفيا الدولي الخامس عشر "ثقافة التواصل"، الأردن ، ص 13 .
11ـ بوجمعة، رضوان (2010م): التكنولوجيا الجديدة للاتصال و إشكالية الثقافة و العولمة، وقائع مؤتمر جامعة فيلادلفيا الدولي الخامس عشر "ثقافة التواصل "، الأردن، ص 31 .
12ـ جاب الله، أحمد ـ بن اسباع، زبيدة (2010م): إستراتيجية التواصل و آلياته في الأدب الرقمي، وقائع مؤتمر جامعة فيلادلفيا الدولي الخامس عشر "ثقافة التواصل"، الأردن، ص 18 .
13ـ النجا، رضا (2010م): المدونات الإعلامية، وقائع مؤتمر جامعة فيلادلفيا الدولي الخامس عشر "ثقافة التواصل"، الأردن، ص 15 .

مواقع إعلامية على الإنترنت

14- htt://www.aljazeera.net 6/12/2011 .
15- htt://www.alarabia.net 1/2/1011 .
16- htt://www.wikipedia.org2/2/2011 .
17- htt://www.google.com 31/1/2011.

تطبيقات البرامج الحاسوبيّة
في مناهج أقسام وكلّيات الإعلام
في الجامعات الأردنية

الدكتورة نهيل محمد رجب الجابري

أستاذة طرق تدريس الرياضيات وتكنولوجيا التعليم

كلية الآداب والعلوم - قسم العلوم التربوية/ جامعة البترا

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى حصر البرامج الحاسوبية التي تستخدم وتوظف من قبل الصحف المطبوعة والالكترونية والمواقع الإعلامية وذلك لتحديد المهارات الميدانية اللازمة لطلبة تخصص الصحافة والإعلام، وأيضا هدفت إلى تحديد مدى تطبيق كليات الصحافة والإعلام لهذه البرامج وتوظيفها في مناهجهم من اجل تطوير وتعديل برامج ومناهج تخصص الصحافة والإعلام بحيث تصبح قادرة على تخريج الإعلامي القادر على التعامل مع تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وتوظيفها في مجال عمله بشكل فاعل. اختارت الباحثة عينة دراستها من الصحف والمواقع الإعلامية الأردنية الأكثر شهرة بالإضافة إلى طلبة وأساتذة الصحافة والإعلام من كليات الإعلام الأردنية. طبقت الباحثة استبانة لمسح واقع البرامج المستخدمة من قبل الصحف والمواقع الالكترونية، وطبقت استبانة للكشف عن واقع استخدام هذه البرامج من قبل طلبة الصحافة والإعلام، وأخيرا استبانة لمسح آراء الطلبة والأساتذة حول أهمية هذه البرامج في مناهجهم. خلصت الدراسة إلى أن هناك نقص حاد في الجانب التطبيقي العملي في العديد من المواد والمساقات الإعلامية خاصة في الجانب المتعلق بالتطبيقات الحاسوبية والتكنولوجية، وعليه أوصت الدراسة بضرورة إجراء تعديلات جوهرية على البرامج التدريبية والخطط الدراسية لتخصص الصحافة والإعلام واستحداث تخصصات إعلامية جديدة وفق متطلبات سوق العمل واحتياجاته.

Abstract

The aim of this study is to list the software that is used and employed by the Newspapers, online and in print, and Media Websites, in order to identify the necessary skills of students who major in Communication and Journalism, as well as determining the extent of to which these software are applied in Journalism Schools and the media, and employed in their curricula; so to develop and revise programs and curricula for the Communication and Journalism major, in order to produce graduates that are capable of dealing with Information and Communication Technologies, as well as capable of employing them efficiently in his or her field of work. The researcher has chosen a study sample of newspapers and media sites of Jordan's most famous, in addition to the students and professors of Communication and Journalism major from the faculties of Jordanian Journalism. The researcher applied a survey to list programs and software used by newspapers and websites, a questionnaire to identify how these programs are being used by the students of Communication and Journalism, and finally a questionnaire to investigate the views and opinions of students and teachers regarding the importance of these programs in their curriculum. The study concluded that there is a severe shortage when it comes practical university courses and Media classes, especially in the applications of computing and technology; thus, the study recommends making substantial modifications to training programs and study plans of Communication and Journalism, and to develop interdisciplinary new Journalism and Media majors that meet the requirements of the job market and its needs.

مقدمة

نعيش الآن في عصر التكنولوجيا والانفجار التقني والمعرفي والثقافي والمعلوماتي، وأصبح عصرنا الحالي يتسم بالإيقاع السريع في أمور الحياة كلها، وصار لِزاماً علينا أن نسير في ركب الحضارة والتقدم، وأن نواكب هذا التطور ونسايره، ونتعايش معه ونحاكيه، وننقل للآخرين إبداعنا، ونظهر لهم قدرتنا على الإنجاز والاختراع.

إن الإعلام والاتصال في الوقت الحالي من أهم ميزات عصرنا، بل أصبح الأهم في ظل تطور تكنولوجيا الاتصالات والإنترنت والحواسيب، وعليه فإن وظائف عصر المعلومات ومهنه لها متطلبات مختلفة عما كانت عليه الوظائف والمهن سابقاً، فلا يمكن أن يلعب المدرسون والمهنيون والإعلاميون الأدوار المهنية السابقة نفسها في ظل هذه التغيرات، وفي ظل سرعة التطورات التكنولوجية والتقنية الحديثة، ولعل من أهم المهارات المعاصرة للإعلامي في الوقت الراهن مهارة استخدام الحاسوب والإنترنت، واستخدام وتوظيف البرمجيات الحاسوبية للقيام بالمهام الإعلامية الحديثة في ظل الانتشار السريع لتكنولوجيا الاتصال الرقمي ووسائل الإعلام الجديدة.

لقد غيّرت شبكة الإنترنت طبيعة الاتصال والتواصل الإعلامي، وأصبحت شبكة الإنترنت من المصادر المهمة في نقل المعلومات والأخبار، وذلك لما تتميز به من قدرات على تجاوز الحواجز الجغرافية، والحدود السياسية، والمكانية، والسرعة الكبيرة في نقل الملفات والمعلومات، فلم يعد المشاهدون والمتابعون مجرد مُتلقّين للمعلومات والإخبار، بل أصبحوا مشاركين؛ يسجلون آراءَهم، ويبثون انطباعاتهم.

لقد استفاد الإعلام من الإمكانيات التكنولوجية التي وفرتها شبكة الإنترنت له من خلال إنشاء العديد من المواقع الإعلامية والإخبارية، وكذلك خدمة الإعلاميين من خلال الإطلاع على المعلومات كافة في مختلف المجالات والتخصصات، ومتابعة التطورات والمستجدات المتلاحقة، كما أسهمت في تسهيل مهمة الإعلاميين وعملهم في وسائل الإعلام بإرسال الملفات من المواد الإعلامية والصور واستقبالها في الوقت نفسه.

ونستطيع القول إننا أمام حقيقة واقعة؛ وهي تزايد الحاجة إلى صحفيين وإعلاميين يمتلكون المؤهلات التقنية والخبرات التكنولوجية من أجل تحرير الأخبار ونقلها عبر العالم أكثر مما كانت عليه هذه الحاجة في الماضي، وبالتالي فإن المؤهلات المطلوب توفرها في أولئك الذين يدخلون مجال العمل الصحفي سوف تتزايد عما كانت عليه، وأن مسألة التطوير والتحسين في مجال الصحافة والإعلام، وفي الصحفيين والإعلاميين ستستمر؛ لأنها ضرورة عمل، وضرورة بقاء واستمرار، حيث إن الإعلام الكفؤ والقادر والمسؤول هو الإعلام الذي يستطيع مواكبة التطورات التكنولوجية، واستيعاب ما يؤمّن له الاستمرارية والتطور ومواكبة متطلبات العصر والتطور التكنولوجي.

أولا: الإطار المنهجي للدراسة

1. مشكلة الدراسة:

تبحث هذه الدراسة في حصر البرامج الحاسوبية التي تستخدمها وتوظفها الصحف المطبوعة والإلكترونية والمواقع الإعلامية الإلكترونية، والبرامج التي تستخدم في الترجمة الفورية وإعداد التقارير الصحفية والإخراج الصحفي وإعداد المواد الإعلامية، وكذلك تمسح الدراسة تطبيقات هذه البرامج من قبل طلبة الصحافة والإعلام في الجامعات الأردنية ومدى توظيفها في مناهجهم وطبيعة هذا التوظيف، الأمر الذي سيساعد على تصحيح مسار إعداد مناهج تخصص الصحافة والإعلام والبرامج التطبيقية والتدريبية الميدانية اللازمة لإعداد خريجي هذا التخصص بما يتناسب مع متطلبات عصر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وينسجم معها.

2. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها ترسم الإطار النظري لبرامج التدريب الإعلامي من خلال تحديد البرامج الحاسوبية المستخدمة في هذا المجال، وتحديد أهميتها ودورها في خدمة الصحافة الإلكترونية والمطبوعة والمواقع الإخبارية وإدارتها . كما تكمن أهميتها العملية والمهنية في كشفها عن واقع استخدامات هذه البرامج وتوظيفها في مناهج تدريب أقسام وكليات الإعلام في الجامعات الأردنية، ومسح آراء الطلبة نحو فاعلية هذه البرامج وأهميتها لهم وتوظيفها في مناهجهم، الأمر الذي سيعمل على وضع معالم واضحة أمام واضعي مناهج التدريب في تخصص الصحافة والإعلام من أجل التخطيط السليم في تطوير هذه المناهج، ووضع برامجها التدريبية بما يتناسب وإعداد الطلبة لاحتياجات سوق العمل، ومتطلبات عصر تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، الذي يتصف بسرعة التغيرات والتطور التكنولوجي والعلمي والتفجر المعرفي الهائل.

3. أهداف الدراسة:

تتلخص أهداف الدراسة فيما يأتي:

أ. حصر البرامج الحاسوبية المستخدمة من قبل الصحف الإلكترونية والمطبوعة، ومواقع الإعلام المختلفة.

ب. تبيين تطبيقات هذه البرامج وطريقة توظيفها في المجال الإعلامي.

ج. حصر تطبيقات البرامج الحاسوبية وطبيعة هذه التطبيقات في تخصص الصحافة والإعلام في الجامعات الأردنية.

د. مسح رأي طلبة وأساتذة تخصص الصحافة والإعلام حول تضمين هذه البرامج في مناهج التدريب المستقبلية.

4. أسئلة الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لتحديد البرامج الحاسوبية المستخدمة في العمل الإعلامي ومجالات تطبيقها في هذا المجال، ومعرفة آراء واستخدامات طلبة الصحافة والإعلام لهذه البرامج، كما تسعى للإجابة عن الأسئلة الآتية:

أ. ما البرامج الحاسوبية التي تستخدمها الصحف المطبوعة والإلكترونية والمواقع الإعلامية في الأردن؟

ب. ما هي تطبيقات هذه البرامج؟ وما هو التوظيف المعمول به لها في الصحف والمواقع الإعلامية؟

ج. ما البرامج الحاسوبية وتطبيقاتها المستخدمة في مناهج طلبة الصحافة والإعلام ؟

د. ما هي آراء طلبة الصحافة والإعلام نحو تضمين هذه البرامج في مناهجهم التدريبية؟

ه. ما هي آراء أساتذة الصحافة والإعلام نحو تضمين هذه البرامج في مناهجهم التدريبية؟

5. منهج الدراسة:

المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو المنهج التحليلي عن طريق المسح لعيّنةٍ من أفراد مجتمع الدراسة الذي يشمل:

أ. الصحف المطبوعة والإلكترونية الأردنية الأكثر شهرة.

ب. طلبة الصحافة والإعلام في أقسام وكليات الإعلام في الجامعات الأردنية.

ج. أساتذة الصحافة والإعلام في الجامعات الأردنية.

ومن خلال مسح عينة الدراسة تمكنت الباحثة من جمع الحقائق والمعلومات عن موضوع الدراسة، ثم تحليلها وتفسيرها، والوصول إلى تعميمات يمكن قبولها.

ولم تقتصر الدراسة في استخدامها للمنهج الوصفي التحليلي على وصف الظاهرة، بل سعت إلى تصنيف ما توصلت إليه من معلومات، تعبر في مجملها عن واقع تطبيق البرامج

الحاسوبية والإنترنت في الصحف المطبوعة والإلكترونية في الجامعات الأردنية، إضافة إلى البرامج المستخدمة والمتضمنة في مناهج أقسام الصحافة وكليات الإعلام الأردنية، كذلك آراء وتطلعات كل من الطلبة وأساتذة الجامعات في تخصص الإعلام نحو تضمين هذه البرامج، وتطلعات العاملين فيها إلى إرساء قواعد جديدة لمناهج وبرامج التدريب المستقبلية والعمل المهني، بحيث ينعكس إيجابياً على مستقبلها، وتنظيم معلومات عينة مجتمع الدراسة وتحليلها حيث يكفل التحليل الكيفي إعطاء صورة واقعية عن الظاهرة محل الدراسة.

6. أدوات الدراسة

أ. **استبانة مسح البرامج المستخدمة من قبل الصحف والمواقع الإعلامية:** من أجل الحصول على المعلومات والآراء من عينة مجتمع الدراسة تم تصميم استبانه لمسح واقع البرامج الحاسوبية المستخدمة من قبل الصحف المطبوعة والإلكترونية الأردنية وتحديد تطبيقات هذه البرامج في الجوانب المختلفة للعمل الصحفي.

ب. **استبانة مسح البرامج المستخدمة من قبل طلبة الصحافة والإعلام وتطبيقاتها وتطبيقات الإنترنت وآراء الطلبة نحو تضمين هذه البرامج في مناهجهم:** من أجل الحصول على المعلومات والآراء من عينة مجتمع الدراسة تم تصميم استبانة لمسح واقع البرامج الحاسوبية المستخدمة من قبل طلبة الصحافة والإعلام في الجامعات الأردنية وتحديد تطبيقات هذه البرامج في الجوانب المختلفة للعمل الإعلامي، وآراء الطلبة نحو أهمية هذه البرامج وذلك بعرض التطبيقات الإعلامية المختلفة والبرامج المشهورة في هذا المجال والطلب من أفراد عينة الدراسة الإجابة عن هذه البرامج والمجالات بتعيين مدى استخدامها وتوظيفها. وكذلك ان كان يرغب في تضمين هذه البرامج في المناهج والبرامج التدريبية المستقبلية.

وقد قام عدد من أساتذة الصحافة والإعلام من الجامعات الأردنية بتحكيم أدوات الدراسة والتأكيد على صدقها.

7. مجالات الدراسة

أ. **المجال المكاني:** تم اختيار الصحف المطبوعة والإلكترونية الأردنية مجالاً مكانياً لتنفيذ الدراسة، كما تم اختيار أربع جامعات أردنية تدرس تخصص الصحافة والإعلام لتنفيذ الجزء الثاني من الدراسة المتعلق بحصر البرامج الحاسوبية التي توظف في مناهج وبرامج التدريب في أقسام و كليات الصحافة والإعلام.

ب. **المجال البشري:** تم اختيار عينة عمدية من طلبة تخصص الصحافة والأعلام في أربع جامعات أردنية هي: جامعة البترا وجامعة الشرق الأوسط وجامعة الزرقاء الأهلية وجامعة اليرموك ليكونوا عينة الدراسة وقد تم اختيار طلبة السنة الثالثة والرابعة وذلك للتأكد من دراستهم للعديد من مساقات التخصص وتعرفهم على البرامج الحاسوبية المختلفة.

ج. **المجال الزمني:** أجريت الدراسة خلال شهري 10 و 2011/11

8. الدراسات السابقة

يمكن القول إن الدراسات السابقة في هذا المجال تناولت أثر الإنترنت تحديداً على الصحف الإلكترونية ومزايا توظيف الإنترنت في هذا المجال، وتعتبر هذه الدراسة سابقة في موضوع مسح البرامج الحاسوبية المستخدمة في تطبيقات الإعلام والصحافة الإلكترونية والمواقع الإعلامية الأردنية، وأيضا كشفت عن أهم البرامج التي تدرس في أقسام وكليات الإعلام في الأردن، بهدف وضع البرامج التدريبية المناسبة لمتطلبات سوق العمل في مجال الإعلام، وبالتالي بعض للدراسات التي تناولت الإنترنت في مجال الصحافة الإلكترونية وعملية التحول من الصحف المطبوعة إلى الصحف الإلكترونية وزخم استخدام المواقع الإخبارية والإعلامية الإلكترونية.

في دراسة قام بها (الشهري، 2003) حول واقع ومستقبل الصحف اليومية على شبكة الإنترنت حيث ابرز فيها ملامح المنافسة والتحديات أمام الصحف السعودية والعربية الإلكترونية على شبكة الإنترنت وكيف أن الإنترنت لعبت دوراً كبيراً في زيادة هذه المنافسة وهذه التحديات إلى درجة لم تعد القنوات الفضائية ومصادر الإذاعات الدولية هي المنافس اللدود للإعلام العربي الإخباري، حيث قدمت الإنترنت لمستخدميها سلة متنوعة من خدمات الأخبار والمعلومات المجانية على مدار الساعة، وكذلك ظهور بعض المؤسسات الإعلامية الشهيرة بطبعات عربية مثل نيوزويك (Newsweek). وقد بين الباحث من خلال دراسته الخيارات الإعلامية المتاحة أمام مستخدم الإنترنت، التي أظهرت مدى اعتماد الفرد على شبكة الإنترنت في الوصول إلى الخبر والمعلومة، الأمر الذي أصبح مواكبة التقنيات الحديثة من قبل الصحف أمراً أساسياً.

في دراسة قام بها (منصور، 2007) حول الإعلام العربي في شبكة الإنترنت ومدى استثمار وسائل الإعلام العربية للمزايا التقنية والخدمات التفاعلية التي توفرها شبكة

المعلومات الدولية والإنترنت، ومما خلصت إليه الدراسة ما يلي: تنجح المواقع الإلكترونية في تقديم نفسها كامتدادات أو كأذرع الإلكترونية لوسائل الإعلام التقليدية التي تصدر عنها أكثر من نجاحها لمواقع إلكترونية تقدم خدمة إعلامية تستثمر مزايا (الويب) وأهمها خاصية التفاعلية. وقد أوصت الدراسة بضرورة تحقيق ميزة التحديث والفورية في المواقع الإلكترونية والاستفادة من المداخل النظرية المختلفة لدراسة الإنترنت والعمل على تطوير العديد من النظريات الاتصالية بما يتلاءم مع الطبيعة الخاصة للإنترنت كوسيلة اتصال إلكترونية حديثة تختلف بشكل جذري عن وسائل الأعلام الحديثة.

وفي دراسة أخرى قام بها (المصري، 2007) حول استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين لشبكة الإنترنت فقد تناولت الدراسة جوانب مختلفة لتوظيف الإنترنت واستخدامه من قبل الإعلاميين الفلسطينيين ومما خلصت إليه الدراسة إن الإعلاميين الفلسطينيين يستخدمون الإنترنت بكثافة عالية ويزيد استخدامهم للانترنت في حال وقوع الأحداث ويليها عن حاجتهم لمعرفة جديدة حول موضوع معين ثم متابعة التطورات المتلاحقة المهمة ثم تبادل المواد الإخبارية العاجلة ثم طلب موضوع سريع وأخيرا في أوقات الفراغ. وكشفت الدراسة إلى أن استخدامهم في المرتبة الأولى في عملية التصفح للحصول على المعلومات كدافع لاستخدام الإنترنت ثم الاطلاع على أحدث الأخبار والمستجدات العالمية، وإرسال المعلومات للجهة التي يعملون بها ثم المتابعة الخبرية للأحداث المحلية، وفي المرتبة التالية استكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث المهمة، وزيادة الثقافة المعرفية في بعض المجالات في المرتبة السادسة، ودافع الحصول على معلومات من مصادر غير تقليدية في المرتبة السابعة، ودافع إبداء الرأي فيما يتعلق ببعض القضايا على الصعيد العربي والإسرائيلي، وأخيرا للتسلية وقضاء وقت الفراغ. وبينت الدراسة إن استخدام الإنترنت من قبل المبحوثين أثر على وسائل الاتصال الأخرى، حيث انخفض استماع المبحوثين للإذاعة والتلفزيون.

هذه الدراسة طبقت على الإعلاميين الفلسطينيين، وبالتدقيق نلاحظ أهمية استخدام الإنترنت وأثرها على العمل الصحفي والإعلام بشكل عام.

إننا نلاحظ أهمية الإنترنت واستخدام التقنيات الحديثة على الإعلام الحديث الذي أصبح يتسم بأنه إعلام الإلكتروني بامتياز، وهذا يتطلب إعداد صحفيين وإعلاميين مؤهلين لاستخدام الحاسوب والإنترنت لمواكبة التغيرات السريعة في هذا المجال، وبالعودة

إلى بعض من خطط الجامعات الأخرى في موضوع الإعلام نلاحظ أنه تم استحداث تخصصات جديدة في هذا المجال بالإضافة إلى تخصص الصحافة، هناك تخصص الإنتاج الرقمي والإعلام الحديث كما في كلية محمد بن راشد للإعلام في الجامعة الأميركية في دبي، وكذلك تخصص الاتصال في جامعة الشارقة، التي تضم ما لا يقل عن سبع مواد متخصصة في الإعلام الإلكتروني والاتصال الحديث والبرمجيات الحاسوبية الموظفة في هذا المجال.

ثانيا : الإطار النظري

المعرفة وعصر المعلومات

يتسم العصر الحالي بالتقدم والتطور التكنولوجي المعرفي الهائل، وغدا إيقاع حياتنا سريعاً إلى حد كبير، فكل يوم تشرق الشمس على تطور جديد وتغيير جديد يتطلب تغييراً في أسلوب حياتنا وتعاطينا مع أمور الحياة اليومية. فعصرنا يُدعى عصر المعرفة، ومجتمعنا المعاصر يسمى مجتمع المعلومات، وقد أخذ العالم منحى تطورياً أساسه العلم والمعرفة خلال القرن الماضي ليبلغ أوجه في بداية القرن الواحد والعشرين، الذي شهد ثورة معرفية كبيرة أساسها المعلومات، حيث أصبحت السلاح الذي يتيح لمن امتلكه القدرة والسيطرة على العالم لأن هذا القرن هو خلاصة مركزة لتطور التراكم العلمي والمعلوماتي والمعرفي لتاريخ البشرية، إذ اختزل هذا القرن كل تجارب التاريخ وصهرها في بوتقة ليخرج لنا خلاصة خبرات البشرية في شكلها الجديد، المتسم بالتقدم التقني والمعلوماتي في الاتصال والتواصل.

استطاعت هذه التقنية أن ترفع الحواجز وتقرب المسافات إلى حد جعل العالم قرية صغيرة ترتبط عبر شبكة معقدة من الاتصالات، وهذه التقنية قد ولّدت -وما زالت تُولّد- مفاهيم جديدة، لأنها قد قاربت بين البشر والأمم إلى حد التفاعل الشديد والسريع، بحيث خلقت حالة تداخل شديدة بين الأفكار والثقافات، فأصبحت أهم عمليات العولمة ومسحتها المميزة هي المعلوماتية.

ويقصد بالمعلوماتية نقل المعلومات وتيسيرها لأوسع عدد من الأفراد والمؤسسات، متجاوزةً حدود الزمان والمكان. ويرى توفلر(1996) إن القوة في القرن الواحد والعشرين

لن تكون في المعايير الاقتصادية أو العسكرية، ولكنها تكمن في عنصر المعرفة. حيث يؤكد في كتابه تحول السلطة: أن المعرفة بصفتها وسيلة تختلف عن كل الوسائل الأخرى كونها لا تنضب، ويمكن استخدامها بأفضل شكل لتعطي الأفضلية باستراتيجية وتكتيك هادئ، وأن خطورة المد المعلوماتي الجديد تنبع من قدرته على استحواذ القنوات والأدوات التي تصنع ثقافة الفرد، وتستحوذ على بنيته المعرفية وتتحكم في سلوكه وتوجهاته، وأهدافه، وبعبارة موجزة فإنها تسترقه في القطيع الإلكتروني الذي تقوده قلة ونخبة تستحوذ على معظم موارد العالم.

كما ويرى توفلر(1996) ضرورة التغيير لمواكبة تغيرات العصر المعرفي، وأن مسؤولية التغيير تقع على عاتقنا نحن، وأنه يجب أن نبدأ بأنفسنا أن نعلم أنفسنا ألا نغلق عقولنا بغير ترو في وجه ما هو جديد وما هو مثير للدهشة وما يبدو أنه راديكالي، وهذا يعنى التصدي لمغتالي الأفكار أولئك الذين يندفعون لقتل أية مقترحات جيدة على اعتبار أنها غير عملية بينما يدافعون عن كل ما هو قائم باعتباره الشيء العلمي مهما كان عبثياً وقمعياً ومستعصياً، ويعنى هذا نضالاً من أجل حرية التعبير ودفاعاً عن حق الناس في أن يجهروا بأفكارهم.

الاتصال وعصر المعرفة

إن تطور تقنيات الاتصال وسرعته أسس لظهور المعلوماتية وتحولها إلى قوة العصر، بحيث أصبحت لها السلطة في صناعة الأحداث وبنائها، فللمعلوماتية القدرة عبر أدواتها الاتصالية على رسم حدود الواقع و القدرة على السيطرة، وأن عملية تراسل و نقل المعلومات هي السلطة ، فالسلطة المعلوماتية هي القدرة على استثمار سرعة الاتصالات لإيصال معلومات بشكل سريع ومباشر للمتلقي متجاوز جميع المعوقات وحدود الزمان والمكان. أي أن الاتصالات هي عصب عصر المعلومات، وعملية الاتصال تتطلب في الأساس مرسلاً ومرسلاً إليه، وقناة اتصال ومن شأن اعتماد وسائل الاتصال بالغة السرعة أن تجعل المعلومات تنتقل عبر قناة الاتصال في مدة وجيزة جداً، ويحتل الاتصال والمعلومات والمعرفة مكانة محورية في تقدم البشر وفي مناحي حياتهم وأسباب رفاهيتهم، وتتيح تكنولوجيا المعلومات والاتصال للناس، في كل أنحاء العالم إمكانيات جديدة، وفرصا للارتقاء في سلم التنمية.

من التطبيقات الإلكترونية والتكنولوجية في مجال الإعلام الصحافة

1. الصحافة الإلكترونية

كان بدايات استخدام الحاسوب في الصحافة إبّان الستينيات من القرن الماضي إذ تم إصدار أول صحيفة عولج محتواها كاملا بالحاسوب في جامعة كارولينا الشمالية بالولايات المتحدة الأميركية. ثم بدأ ظهور الصحف على الإنترنت في مايو/ أيار 1992، حيث صدرت "شيكاغو أون لاين" كأول صحيفة إلكترونية على شبكة أميركا أون لاين. وعلى صعيد الصحافة العربية أعلنت صحيفة الشرق الأوسط يوم 6 سبتمبر/ أيلول 1995 عن توفر موادها الصحفية اليومية إلكترونياً للقراء على شكل صور عبر شبكة الإنترنت، تلتها صحيفة النهار التي أصدرت طبعة إلكترونية يومية خاصة بالشبكة ابتداء من الأول من فبراير/ شباط 1996، ثم صحيفتا الحياة والسفير في العام نفسه.

ويصنف صادق (2003) الصحف والخدمات الصحفية على الإنترنت إلى خمسة أنواع رئيسية، فالنوع الأول حيث توجد صحف معروفة بأسمائها وتاريخها في الشبكة على هيئة خدمة منفصلة عن طبعتها الورقية أو شبيهة بالورقية.

النوع الثاني فيه تميل بعض الإذاعات إلى تقديم خدمات إخبارية نصية وصور وأشكال إيضاحية كما في موقع هيئة الإذاعة البريطانية الذي يقدم خدمات إذاعية بمختلف اللغات وخدمات صوتية كما يقدم تقارير إخبارية مكتوبة ومواد صوتية وصوراً وساحة حوار تفاعلية.

أما النوع الثالث فهو الذي نشأ في ظل الإنترنت، وهو مجموعة الخدمات الإخبارية التي تجمع خصائص مختلفة للوسائل الإعلامية بالإضافة إلى خصائص شبكة الإنترنت مثل فوكس نيوز.

أما النوع الرابع فهو صيغة مجلة الإنترنت، ومثال عليها مجلة نيوزويك التي تصدر طبعة إلكترونية تحمل مادة المجلة الأسبوعية مضافاً إليها تجديدات يومية واستطلاعات رأي تفاعلية لا تتقيد بأسبوعية الصدور وإنما تتجدد بشكل دائم.

ويتعلق النوع الخامس –وهو الأخير- بوكالات الأنباء على الشبكة كوكالة الأنباء الفرنسية التي توفر خدماتها المخصصة لشبكة الإنترنت بلغات عدّة من ضمنها العربية، حيث يقدم الموقع العربي خدمتين رئيسيتين؛ أولاهما تغطي كافة الأحداث التي تعرض في الموقع، وثانيتهما تقدم خدمة الأخبار والمعلومات عبر البريد الإلكتروني.

لقد استفاد الإعلام من الإمكانيات الهائلة التي وفّرتها شبكة الإنترنت له من خلال إنشاء العديد من المواقع الإعلامية والإخبارية ، وكذلك خدمة الإعلاميين من خلال الإطلاع على المعلومات كافة في مختلف المجالات والتخصصات ، ومتابعة التطورات والمستجدات المتلاحقة ، كما أسهمت في تسهيل مهمة الإعلاميين وعملهم في وسائل الإعلام بإرسال الملفات من المواد الإعلامية والصور واستقبالها في نفس الوقت.

ويرى تربان (2008) إن جاذبية الإنترنت تكمن في سهولة نشر المعلومات واسترجاعها وكونها وسيلة إعلامية تفاعلية تمكن المستخدم من حرية التصفح وإبداء الرأي واختيار ما يريده من معلومات،كما أنها وسيلة اتصال تتيح له الخدمات مثل البريد الالكتروني والاتصال بالهاتف عن طريق الشبكة والانتفاع بالشبكة ليس محصورا بالصحف الإلكترونية وإنما يتعدى ذلك إلى حيز أرحب وأمتع.

أضافت شبكة الإنترنت وظائف أخرى للاتصال الجماهيري، وبهذا فرضت نفسها إعلامياً، فهي بجانب كونها شبكة معلومات فهي بالقدر ذاته " وسيط الوسائط" الاتصالية بلا منازع، وتتجلى عظمة الوسيط الإلكتروني في قدرته على احتوائها للصحافة والإذاعة والتلفزيون والبحث عن المعلومات.

ويرى بريجز و بورك (2002) أن تقارب الوسائط أحدث تغيرات في الاتصالات، ومع التوسع هذا المجال أتيحت خدمات جديدة للناس، وعملت الوسائط على تغيير طرق حياتنا، وعملت على تبديل مدركاتنا ومعتقداتنا ومؤسساتنا، ومن الضروري أن نفهم هذه التأثيرات بغرض تطوير المصادر الإلكترونية من أجل مصلحة المجتمع.

ويرى صادق (2003) أن شبكة الإنترنت توفر عدداً من الأدوات التفاعلية لمساعدة الصحفي في الاتصال بالقارئ، مثل وصلات البريد الإلكتروني المباشرة، والنشرة الإلكترونية، وساحة الحوار، وأدوات استطلاع الرأي المباشر، وأدوات الاستبيان التي تظهر نتائجها فوراً، ومجموعات الحوار.

ويرى الشهري(2003) أن الصحف الإلكترونية تقدم فعلاً خدمات أخرى غير المحتوى الصحفي اليومي وتتمثل في أرشيف الأعداد السابقة وقواعد بيانات بمحرك بحث وتوفير روابط على مواقع أخرى. وأن التفاعلية عبر الإنترنت تعني تمكين القارئ من استخدام وسائط تسمح له بالتواصل مع الصحيفة وكُتّابها عن طريق غرف الحوار الفورية، ومنتديات النقاش، و أقلها خدمة البريد الالكتروني التي توفرها كل الصحف كجزء من الطبيعة الاتصالية لشبكة الإنترنت.

وقد وضع الشهري(2003) تعريفاً للصحافة الإلكترونية يؤكد فيه إنها عبارة عن تكامل تكنولوجي بين أجهزة الحاسبات الإلكترونية وما تملكه من إمكانيات هائلة في تخزين وتنسيق وتبويب وتصنيف المعلومات واسترجاعها في ثوان معدودات . وبين التطور الهائل في وسائل الاتصالات الجماهيرية التي جعلت العالم قرية إلكترونية صغيرة. حالياً تتوافر على الإنترنت معظم الصحف العربية المطبوعة وتعتمد هذه الصحف في بثها للمادة الصحفية على تقنيات مختلفة ،ولكن أياً من هذه التقنيات المستخدمة لم يرتفع بالصحافة العربية إلى مستوى الصحيفة الإلكترونية المتكاملة على الرغم من توافر عدد من أنظمة البحث والاسترجاع المتوافقة مع اللغة العربية.

ويرى الحيدري في ضوء الزّمنيّة المعادلة التي فرضتها تكنولوجيا رقميّة متطوّرة تأسّست حقيقة ما يعرف بصحافة الفرد أو صحافة المواطن، وهو الشّكل الإعلامي والاتصالي المنبثق عن التدوين، لتتفرد إلى حدّ بعيد بأسلوب جديد في إنتاج الرّسائل والمضامين، ذلك أنّ الأفراد الاجتماعيين أصبح بإمكانهم تحميل تفاعلاتهم، وإنتاجهم الفكري، وإبداعهم، وخبراتهم، المعادلة الزّمنيّة التي عبّر عنها بالسّرعة اللّحظيّة وسرعة الطّواف في حدود شبكة الإنترنت، ومتى توفّر للمضامين هذا المعطى في سرعة الانتشار والتغلغل، كانت نافذة ومحدثة للتأثير .فكلّما ازدادت سرعة الانتشار والتغلغل كانت دوائر التأثير مهمّة.

ترى Pischetola (2011) إن المستخدمين في القرن الواحد والعشرين لديهم فرص ممتازة لتغيير شكل ومعنى طبيعة التعلم والتواصل من خلال توظيف الإنترنت والتلفزيون الرقمي والمدونات وشبكات الاتصال الاجتماعي وغيرها ، وهذه الوسائط مكّنت من مشاركة المحتوى وجعلت عملية التواصل والاتصال تتجاوز الزمان والمكان ومحددات الثقافة ، وأصبح من السهل على كل فرد أن ينشر معتقداته واقتراحاته بشكل مباشر ، وأن يمكن الآخرين من مشاهدتها والاطلاع عليها.

2. النشر المكتبي

إن مصطلح النشر المكتبي يشير بصفة أساسية إلى تكنولوجيا الحاسب الآلي التي تسمح للمستخدم بأن تصبح لديه ملفات تضم النصوص والإطارات والصور والرسوم في مستند واحد يتميز بجودة عالية.

ويبين تربان (2008) "إن النشر الإلكتروني والنشر المكتبي هو تطبيقات جديدة على المطبوعات ومواد ومراكز المعلومات بحيث أصبحت تصدر بشكل الكتروني" ،

وهذا النوع من النشر يتيح للمحرر تسجيل موضوعه على إحدى وسائل معالجة الكلمات ثم يقوم ببثه إلى المجلة الإلكترونية، وبالتالي يكون متاحاً للمشتركين في المجلة بصورة إلكترونية الأمر الذي غير عمل الصحافة تغييراً جذرياً لتتحول من صحافة ورقية مطبوعة إلى صيغ رقمية تنقل عبر خطوط الهاتف.

ويرى (خليفة) أن النشر الإلكتروني يعني استخدام كافة إمكانات الكمبيوتر (سواء أجهزة وملحقاتها أو برمجيات) في تحويل المحتوى المنشور بطريقة تقليدية إلى محتوى منشور بطريقة إلكترونية، حيث يتم نشره على أقراص ليزر (DVD-CDROM-VDC) أو من خلال شبكة الإنترنت. وأن دور الناشر قد تغير فقد كان الناشر في الماضي موردًا للكتب والكتيبات والمجلات وغيرها من المطبوعات الورقية، ومع التطورات الحالية ودخول العالم عصر المعرفة فإن الناشر قد أصبح موردًا للمحتوى، حيث لا يقتصر دوره على الكتاب بل تعداه ليشمل صورًا عديدة يقدم بها المحتوى من كتب ورقية وكتب إلكترونية ومحتوى إلكتروني على أقراص ليزر وعلى أجهزة المحمول ومن خلال البوابات والمواقع على شبكة الإنترنت ويتطلب هذا التطور الكثير من التغيرات في استراتيجيات دور النشر وأسلوب عملها وإدراج التكنولوجيا الحديثة في وسائلها وأساليب تسويقها وتوزيعها ودعايتها لمنتجاتها.

أما عن واقع الصحافة العربية الإلكترونية فيرى صادق (2003) أنها ما زالت قاصرة عن استخدام أساليب ومميزات النشر الإلكتروني، ولم يتبلور إدراك كامل لطبيعة الصحيفة الإلكترونية، كما أن الصحافة العربية ما زالت في مرحلة البداية بالنسبة لوجودها في الشبكة، إذ أن ذهنية النشر الورقي هي السائدة في معظم الصحف، وغالبية هذه الصحف لا يتم تحديثها على مدار الساعة، بل هي نسخة إلكترونية للصحيفة التي صدرت في الصباح ما أدى إلى إهمال الإمكانيات التفاعلية للإنترنت، وبعض المواقع ما زالت تنشر مادتها بصيغة الصورة ما أفقدها ميزة أرشفة المعلومات.

3. المدونات Blogs

المدونة هي موقع شخصي على شبكة الإنترنت يقوم صاحبه بكتابة تدوينه فيه. والتدوينات هي مدخلات يقوم المدون بإضافتها إلى محتوى مدونته. وهذه المدخلات أما أن تكون نصوصاً أو صوراً أو فيديو أو أي شكل من أشكال المعلومات. وتعرض المعلومات بتسلسل زمني تنازلي، وقد أسهم في انتشار هذه التقنية كونها وفّرت أرضية هائلة

للتواصل والتعبير عن الآراء وعن القدرة الإبداعية في مختلف المجالات، وعلاوة على وجود قوالب جاهزة لتقديم المدونات فإن أطلاقها عملية سهلة ولا تتطلب وقتاً وجهداً كبيراً. إن إحداث المدونات لم يعد متوقفاً على الأفراد، بل تجاوزه إلى هيئات ومؤسسات (مراكز أبحاث، شركات، اتحادات. جمعيات مدنية، جرائد. مجموعه شبابية) وهو ما جعلها مصدراً للأخبار والآراء وأصبحت تكمل وسائل الأعلام التقليدية حيث وفرت المدونات الإلكترونية إمكانيات هائلة للتواصل ولتبادل الأفكار والمعلومات لمختلف الأشخاص وفى مناطق عديدة من العالم وتوفر لديها محتوى ضخم ومتنوع. وهو ما دفع ناشرين إلى الاتفاق مع أصحاب بعض المدونات وتجميع أعمالهم ونشرها ورقياً وإلكترونياً.

4. شبكات التواصل الاجتماعي

شبكات التواصل الاجتماعي أو ما يعرف بمواقع الشبكات الاجتماعية وأبرزها فيسبوك Face book ، وممارسات التدوين المصغرة التي تسهل انتشار الأخبار بشكل سريع (تويتر Twitter، باز Buzz، فورسكوير Foursquare)، (برتران بادي ودمينيك فيدل، 2011).

تعديل وتطوير المناهج والبرامج التدريبية في عصر تكنولوجيا المعلومات

يرى Schwartz (2006) أنه لا بد من التغيير، وذلك لأن التغيير متطلب ضروري في الوقت الراهن ولا بد من التركيز على المهارات اللازمة لتطبيق التكنولوجيا الجديدة والتعامل مع الوسائل الإعلامية التفاعلية والإعلام الرقمي ، كما ويرى أن هناك حاجة واضحة لإعادة صياغة خطط تدريب الصحفيين والإعلاميين في ضوء الأدلة الدامغة على النمو المتسارع لوسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصالات وعليه فلا بد من ربط المناهج وبرامج التدريب بتكنولوجيا المعلومات، ولكي نحدث تغييراً جذرياً في المسار التاريخي لابد أن نستوعب عناصر التغيير الفعال، وخصوصاً التي تؤسس طريق المستقبل وبشكل خاص العناصر المستحدثة، ومن هذه التحديات التاريخية الجديدة ظاهرة المعلوماتية التي فرضت نفسها كعنصر حاسم في صياغة المستقبل. وتسير اليونسكو عبر مناداتها الدائمة بمفهوم مجتمع المعرفة، في اتجاه رؤية كاملة وشاملة (تتخلل جميع مجالات اختصاصها) ضمن منظور إنمائي واضح يستوعب التحولات التي يشهدها العالم اليوم بكل تعقيداتها وآليات عملها. ويستند مفهوم مجتمعات المعرفة إلى مبادئ حرية التعبير؛ وتعميم الانتفاع بالمعلومات

والمعرفة؛ وتعزيز التنوع الثقافي؛ وتكافؤ فرص الانتفاع بالتعليم الجيد، وبات يكتسب اعترافاً متزايداً بأهميته كعنصر أساسي من عناصر تحقيق الأهداف الإنمائية للألفية، لاسيما في الإطار الجديد للحوار والتعاون على الصعيد الدولي الذي وضعته القمة العالمية لمجتمع المعلومات.

ويعمل البرنامج الدولي لتنمية الاتصال على تحسين الموارد التقنية والبشرية لوسائل الإعلام المستقلة والتعددية في البلدان النامية والبلدان التي تمرّ بمرحلة انتقالية. ويسهم البرنامج الدولي لتنمية الاتصال في تمويل مجموعة من المشروعات: من حلقات العمل التدريبية إلى تحديث وكالات الصحافة وهيئات البث الإذاعي، مروراً بمساندة وسائل إعلام المجتمعات المحلية.

والمشروع الذي تتبناه اليونسكو(2011) يعتبر رائداً في هذا المجال، فقد قامت بإطلاق مشروع في القاهرة بهدف تعديل المناهج الدراسية لكلية الإعلام بجامعة القاهرة، وهي الجامعة الرائدة في مصر، فضلاً عن تقديم التوصيات للكليات الأخرى المتخصصة بالصحافة في مصر كي تتواءم مع المعايير التي وضعتها اليونسكو للمناهج النموذجية للتعليم الصحافي. ويتوقع أن يتم نشر التوصيات والمبادئ التوجيهية لهذا المؤتمر لوضع خطة جديدة لإصلاح التعليم الإعلامي في إطار المعايير التي وضعتها اليونسكو للمناهج النموذجية المتخصصة في هذا المجال مطلع العام 2012.

وفي ورقة عمل حول مجتمع الإعلام مقترحة من منظمة المؤتمر الإسلامي إلى مؤتمر القمة العالمي حول مجتمع الإعلام (2003) أوصت الورقة بضرورة استفادة الجميع من التكنولوجيات الجديدة في مجال الإعلام والاتصال ولجميع ميادين التطبيقات المرتبطة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال، ولتطوير حرية الاستفادة من وسائل التعبير المباشرة (الإنترنت) ، واعتماد معايير قياسية من أجل توسيع نطاق الإنترنت وتدويلها باعتبارها وسيلة من وسائل الاتصال والإعلام والتكوين والترفيه الثقافي والإنتاج والتجارة والتفاعل الاجتماعي.

وقد أظهرت الدراسة التي قام بها الشهري (2003) أن أهم اهتمامات رؤساء تحرير الصحف المطبوعة تتركز حول محتوى المادة الإخبارية وقضايا التوظيف. وفي هذا السياق تكشف الدراسة أن البعض كان مهتماً بالعثور على صحفيين مؤهلين وتوظيفهم والاحتفاظ بهم. وكان الاهتمام الرئيسي لرؤساء تحرير صحف الإنترنت هو **العثور على**

نوعية معينة من العاملين متعددي المواهب الذين يستطيعون التعامل مع التقنية الحديثة ومع متطلبات الصحافة. وهذه النتيجة تؤيد الاقتراح القائل بأن حديثي التخرج من الجامعات قد تكون لديهم فرصة في العثور على عمل إذا كانت لديهم القدرة والرغبة في العمل على مواد على الإنترنت.

البرامج الحاسوبية اللازمة للمهام الإعلامية الإلكترونية

إنّ من أبرز ملامح عصر المعلومات الرقمية التي شرعت في إعادة تشكيل العلاقات الاجتماعيّة المبنية على التفاعل الاجتماعي، الذي لا يتحقّق إلا باستخدام الوسيط التقني بوصفه، أوّلاً أداة لإنتاج المضامين ونقلها، وهذه حقيقة صرفت النظر في مجال الإعلام بالخصوص إلى الاهتمام بكيفيّة السيطرة على الوسيط المادي، وتتجلّى مظاهر سيطرة الوسط المادي هذه في سعي المؤسّسات الأكاديميّة والمؤسّسات التعليميّة ومؤسّسات الخدمات، سعيها إلى وضع خطط للتدريب العملي والتكوين في مجال استخدام الوسائط التقنيّة، والبرامج والأنظمة الحاسوبيّة، ولاعتباره ثانياً أداة التفاعل الفعلي بين المرسل والمتلقي وبين المستخدم والمضمون، إنّ التفاعليّة اليوم تتجلّى في الدور الذي يتحوّل المتلقي بمقتضاه إلى فاعل في " وضع الأجندة ". فالثقافة الرّقميّة، في نهاية المطاف، قد أوجبت إعادة النظر من كل جديد في أساليب التعليم والتدريب العملي.

الوسائط المتعدّدة وتطبيقاتها في التكوين الإعلامي التلفزيوني

ويرى الحيدري (2009) أن التسارع التكنولوجي في الاتصالات قد أربك كثيراً مهن الإعلام والاتصال خلال العشريّة الأخيرة، وذلك بظهور مهن جديدة أفرزها واقع الاندماج، وأتاحتها الأنظمة الحاسوبيّة المتطورة التي فتحت أفاقاً عريضة في مجال الصّناعات الإعلاميّة. إنّ ما يميّز هذه المهن هو حضورها في كلّ التخصّصات الإعلاميّة والاتصالية وغيرها من التخصّصات في العلوم أخرى، لكونها تنبثق كلها من رحم واحدة، وهي التي تلخّص حقيقة الاندماج، وعليه فإن صناعة الإعلام بحاجة إلى متخصّصين في كل من التالي: معالجة الصّورة الرّقميّة، التجسيم بواسطة الكمبيوتر، إنشاء مواقع الويب، التسويق والتطوير التجاري للمواقع الإلكترونية وتنشيطها، الكتابة للويب، الإنتاج للويب، اللّغات البرمجيّة، الرّسم للويب. يمكن اعتبار " الويب " قلب الدائرة في كلّ ما يتراكم من مهن إعلاميّة واتصاليّة اليوم.

أما أشهر البرامج الحاسوبية في هذا المجال:

- **Adobe Flash**

برنامج يستخدم لعمل Animation 2- D أو الرسوم المتحركة، ويستخدم بشكل رئيسي في تصميم صفحات الإنترنت أو يتم إضافة أفلام الفلاش إلى الصفحات التي تم تصميمها للإنترنت، بالإضافة إلى كونه برنامجاً لتصميم الرسومات يحتوى على لغة برمجة مساعدة تسمى Action Script. تتميز التطبيقات الناتجة عنه بصغر حجمها وجودة مظهرها، ولكنها تحتاج مشغل فلاش على جهاز المستخدم. وقد مر الفلاش بعدت نقلات كبيرة بعد منها Flash mix أكس ومن ثم Flash 8 وأخيرا Flash cs3 الذي تم إنتاجه من شركة ADOBE وتم إصدار النسخة الحديثة وهي ACTION SCRIPT3 التي تعد نقلة كبيرة بأسلوب البرمجة بالفلاش والتحديثات التي تمت إضافتها، والتي بالإمكان تعلمها بشكل أسهل من قبلها.

- **Design In**

متخصص في النشر الصحفي أي لإخراج المجلات والكتيبات وغيرها من المطبوعات، يتعاون تعاوناً تاماً مع برنامج Photoshop ، فلذلك غالباً ما تصنع الصور وتعالج فيPhotoshop ، وتعالج النصوص في Design In ، ميزة البرنامج أنه من إصدارات Adobe ويقدم دعماً قوياً للغة العربية، و ترقيماً تلقائياً للصفحات، و إدراج ملفات الأوفيس، و تكوين صفحة فهرسة متغيرة بحسب مكان الموضوع .

- **Adobe Dreamweaver**

برنامج تطوير ويب. أنتجته شركة macromedia. تدعم النسخ الحديثة العديد من لغات تطوير الويب وإطارات العمل، مثل JAVAScript ، أما ميزاته فهو كغيره من برامج تحرير صفحات الويب، يتيح تصميم الصفحات والمواقع للمستخدمين الذين لا يتقنون HTML. و يتيح البرنامج أيضاً إنشاء "امتدادات" لأداء مهام ووظائف إضافية (عادة تستخدم JAVA Script ,HTML). هذا بالإضافة إلى إمكانية معاينة الصفحة في العديد من المتصفحات.

- **Adobe Illustrator**

هو أحد التطبيقات التي تنتجها شركة Adobe وهو من التطبيقات التي تختص بالتعامل مع الرسومات والصور. وهو من أشهر البرامج في مجاله، حيث يوجد برامج أخرى تهتم بنفس مجال هذا البرنامج مثل coral draw و Free hand land وغيرهما. ويمكن

أن ننتج بهذا البرنامج رسوماً أو صوراً لاستخدامها في الويب أو الفيديو أو لطباعتها واستخراجها كلوحة فنية، أو عمل صور ورسومات يمكن استخدامها في براج ثلاثية الأبعاد مثل 3D MAX ، وكذلك لاستخدامها في أعمالنا المختلفة في الكمبيوتر وغير ذلك من استخدامات الصور والرسومات المختلفة . ويُخرج البرنامج صوراً شديدة الوضوح وعالية الجودة، وذلك لأنه يتعامل مع الصور التي من نوع Vector. ويمكن أن يتعامل البرنامج مع الصور بنوعيها التي تعتمد على Vector التي تعتمد على الخطوط وكذلك التي تعتمد على النقاط Bitmap المعتمدة على مربعات البكسل. والبرنامج يتعامل مع الخطوط حيث يمكن إضافة نصوص على الصورة. وكذلك يمكن إضافة المؤثرات مثل الظلال والتشويهات اللونية .

ويستخدم برنامج Illustrator المفهوم الخاص بالتخطيط لكافة الوظائف الخاصة بالرسم تقريبا وتتضمن تلك الخطوط سمات ووظائف خاصة به. وكذلك أي شكل ترسمه بهذا البرنامج تجده يتكون من عدة خطوط تفصل بينهم نقاط إرساء. كما أن برنامج Illustrator يستخدم الشفافيات أو الطبقات أل Layer التي تساعد على تسهيل الرسم على طبقات يمكن التحكم بها لعمل أشياء كثيرة. والبرنامج يتكامل ويتعامل مع البرامج الأخرى التي تصدرها شركة Adobe مثل Photoshop و Design In و Adobe After Effects وغيرهما، وكذلك أي برامج تحرير الصور والرسومات من إنتاج شركات أخرى.

- **Adobe After Effects**

يستخدم هذا البرنامج لتعلم واحتراف أساليب إنتاج أعمال الميديا، ويمكن من إدارة و تنفيذ وإنتاج العديد من الأعمال الاحترافية كشعارات القنوات و مقدمات البرامج و الفواصل الإعلانية الرائعة، ويمكن هذا البرنامج التكامل مع العديد من البرامج كبرامج تحرير الصور مثل Photoshop وبرامج البعد الثاني مثل Illustrator وبرامج تحرير الفيديو مثل Premiere وبرامج الصوت مثل Audition وبرامج البعد الثالث مثل Cinema 4D و 3DS MAX.

- **Adobe Bridge**

هو برنامج تنظيمي وجزء من حزمة الإبداع Creative Suit من أنظمة Adobe.
غرضه الأساسي ربط تطبيقات حزمة الإبداع معاً باستخدام شكلاً أقرب إلى مستعرض الملفات الذي كان موجوداً في الإصدارات السابقة من FlashAdobe . يمكن الوصول إلى Adobe Bridge من جميع تطبيقات حزمة الإبداع .

- **VS. Php**

هـو قلـب بيئـة التطـوير المتكاملـة علـى أسـاس برنـامج Visual Studio. مـع VS.Php يمكـن تـصميم وتطـوير والتـصحيح ونـشر تطبيقـات PHP داخـل IDE برنـامج Visual Studio. ومن الملامح الرئيسية لـ VS.Php توفير بيئة php غنية وقدرات تحرير عالية، فضلاً عن قدرتها على تصحيح البرامج النصية php محلياً وكذلك عن بعد.

ثالثا: الدراسة الميدانية (عرض وتحليل نتائج الدراسة)

1. **خصائص عينة الدراسة**

أ. البرامج و الأنظمة الحاسوبية المستخدمة في الصحف المطبوعة والإلكترونية الأردنية

لقد تم اختيار أغلب الصحف والمواقع الأردنية لمعرفة التطبيقات الإعلامية فيها والبرامج المستخدمة في إنجاز هذه التطبيقات التالي أسماء الصحف والمواقع الإلكترونية التي تم مسحها وهي: **صحيفة الغد، الدستور، العرب اليوم، السبيل، الرأي، وكالة الأنباء الأردنية، وكالة عمون الإخبارية، وطنا نيوز، جراسا، وغيرها.**

ب. الجامعات التي تدرس تخصص الصحافة والإعلام

لقد تم اختيار أربع جامعات أردنية، ثلاث منها خاصة هي: **جامعة البترا، وجامعة الشرق الأوسط، وجامعة الزرقاء**، وجامعة حكومية واحدة هي **جامعة اليرموك**، وقد تم توزيع الاستبانة على **جميع طلبة السنة الثالثة والرابعة**، حيث بلغ عدد أفراد العينة(157) طالباً وطالبة من تخصص الصحافة والإعلام في الجامعات السابقة بهدف تحديد البرامج الحاسوبية المتضمنة في مناهجهم ودرجة تطبيق هذه البرامج ومجالاتها ومعرفة رغبة الطلبة في تضمين البرامج الحاسوبية - غير المتضمنة في مناهجهم حالياً – في مناهجهم المستقبلية. تظهر نتائج الدراسة بشأن بعض خصائص أفراد العينة المستجيبين ما يأتي: بالنسبة لمتغير الجنس فقد بلغ عدد الطلبة الذكور(79) وشكلوا نسبة (50.3٪) من مجموع العينة الكلي، وبلغ عدد الطالبات الإناث(78) وبنسبة (49.7٪) .أما بالنسبة لمتغير العمر فقد أظهرت النتائج أن الفئة العمرية من (21- 24) سنة احتلت المرتبة الأولى إذ بلغ عددهم (106) وشكلوا نسبة (67.5٪) وجاءت الفئة العمرية من(17- 24) سنة بالمرتبة الثانية إذ بلغ عددهم (28) وبنسبة (17.8٪)، بينما احتلت الفئة العمرية من (24 فأكثر) سنة المرتبة الثالثة إذ بلغ عددهم (23) وبنسبة (14.6٪) .أما بالنسبة لمتغير

المرحلة الدراسية فقد بلغ عدد طلبة السنة الرابعة (77) طالباً وطالبة وبنسبة (49.1٪) من مجموع العينة، واحتلوا المرتبة الثانية ، وبلغ عدد طلبة السنة الثالثة (80) طالباً وطالبة، وبنسبة (50.9٪)، واحتلوا المرتبة الأولى. وجدول رقم(1) يبين أعداد الطلبة ونسبهم في الجامعات الأربعة.

جدول رقم(1)

أعداد الطلبة ونسبهم (ذكور وإناث) من السنة الثالثة والرابعة في الجامعات الأربعة

السنة الدراسية	الفئة العمرية	جامعة البترا		جامعة الشرق الأوسط		جامعة اليرموك		جامعة الزرقاء		المجموع	النسبة المئوية
		ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث		
سنة ثالثة	17-20	2	3	4	5	5	6	0	2	27	٪17.2
	21-24	1	6	10	4	11	2	4	9	47	٪29.9
	24 فأكثر	2	0	2	1	0	0	0	1	6	٪3.8
المجموع		5	9	16	10	16	8	4	12	80	٪51.0
سنة رابعة	17-20	0	0	0	0	0	1	0	0	1	٪0.6
	21-24	11	15	4	2	8	13	2	4	59	٪37.6
	24 فأكثر	10	0	3	1	0	1	0	2	17	٪10.8
المجموع		21	15	7	3	8	15	2	6	77	٪49.0
المجموع الكلي		26	24	23	13	24	23	6	18	157	٪100.0
النسبة المئوية		٪17	٪15	٪15	٪8	٪15	٪15	٪4	٪11		
المجموع		50		36		47		24		157	
النسب المئوية		٪31.8		٪22.9		٪29.9		٪15.3			

النتائج

أ. للإجابة عن التساؤل الأول والثاني لهذه الدراسة وهما: ما هي البرامج الحاسوبية المستخدمة من قبل الصحف المطبوعة والإلكترونية و المواقع الإعلامية في الأردن؟ و ما هي تطبيقات هذه البرامج وما هو التوظيف المعمول به لها في الصحف والمواقع الإعلامية؟

فقد تم تحليل البيانات الواردة في الاستبانة الأولى للدراسة التي هدفت إلى مسح البرامج الحاسوبية المستخدمة في إنجاز المهام الإعلامية في عينة من الصحف المطبوعة الإلكترونية الأردنية، والجدول رقم(2) يبين التطبيقات الإعلامية والبرامج المستخدمة في إنجازها وتنفيذها.

جدول رقم (2)

التطبيقات أو المهام الإعلامية الإلكترونية والبرامج الحاسوبية المستخدمة في إنجاز هذه المهام

المسلسل	التطبيق (المهمة الإعلامية)	البرامج الحاسوبية
1	تصميم الصفحات الكاملة	Adobe indesign
2	تصميم الإعلانات وتحرير الصور	Adobe indesign/Photo shop
3	رسم الخطوط والإشكال	Adobe illustrator
4	استعراض الصفحات أثناء التصميم	Adobe bridge
5	تصميم المواقع الإلكترونية	Dreamweaver /Front page/ Visual Studio php
6	مونتاج الفيديو وتحريره على الموقع	Final cut bro
7	إدارة المواقع الإلكترونية	Ms SQL/Oracle/ dot jo
8	إخراج الصحيفة	Adobe indesign/ Kuark

كما يوجد أنظمة كاملة مثل Filework الذي نستخدمه وكالة الأنباء الأردنية وكذلك نظام Rapid Browser إلي نستخدمه صحيفة الغد وقد يدمج بعض الأنظمة ببعضها أو مع برامج أخرى لإنجاز المهام والوظائف الإعلامية المطلوبة.

ب. للإجابة عن التساؤل الثالث لهذه الدراسة والمتعلق بماهية البرامج الحاسوبية المستخدمة في مناهج أقسام وكليات الإعلام في الجامعات الأردنية ومدى تطبيقها في مناهج طلبة الصحافة والإعلام؟

لقد تم تحليل نتائج الاستجابات على الجزء الثاني من الاستبانة الثانية والمتعلقة بمدى تطبيق البرامج الحاسوبية التي تم حصرها في الجزء الأول، والجدول رقم(3) يبين أعداد الطلبة ونسبهم المئوية الذين أجابوا عن درجة تطبيقهم للبرمجيات الحاسوبية المتضمنة في مناهجهم و برامجهم التدريبية.

جدول رقم (3)

أعداد الطلبة ونسبهم المئوية الذين أجابوا عن درجة تطبيقهم للبرمجيات الحاسوبية المتضمنة في مناهجهم

البرامج الحاسوبية	أمثلة على هذه البرامج	أعداد الطلبة				نسبهم المئوية			
		درجة التطبيق				درجة التطبيق			
		عالي	متوسط	قليل	لا تطبيق	عالي	متوسط	قليل	لا تطبيق
مجموعة برامج Microsoft Office	Word	82	50	12	13	52%	32%	8%	8%
	Excel	46	54	25	32	29%	34%	16%	20%
	point Power	35	72	23	27	22%	46%	15%	17%
	برنامج Access	17	31	49	60	11%	20%	31%	38%
	برنامج Publisher	21	32	26	78	13%	20%	17%	50%
مجموعة برامج الرسوم والتصميم الجرافيكي	Photoshop	53	34	46	24	34%	22%	29%	15%
	max d3	16	15	53	73	10%	10%	34%	46%
	indesign	40	32	51	34	25%	20%	32%	22%
	CorelDRAW9	13	12	60	72	8%	8%	38%	46%
برامج مجموعة تصميم الإعلانات وتحرير الصور و رسم الخطوط والأشكال	Photo shop	49	28	48	32	31%	18%	31%	20%
	indesign	38	27	53	39	24%	17%	34%	25%
	styler image	14	9	60	74	9%	6%	38%	47%
	illustrator	44	21	43	49	28%	13%	27%	31%
برامج استعراض الصفحات أثناء التصميم	Adobe bridge	25	24	56	52	16%	15%	36%	33%
مجموعة برامج تصميم المواقع الإلكترونية	Front page	14	14	50	79	9%	9%	32%	50%
	Studio Visual php	9	23	53	72	6%	15%	34%	46%
	HTML & CSS	17	15	47	78	11%	10%	30%	50%
	Photoshop for web	21	19	54	63	13%	12%	34%	40%

البرامج الحاسوبية	أمثلة على هذه البرامج	أعداد الطلبة				نسبهم المئوية			
		درجة التطبيق				درجة التطبيق			
		عالي	متوسط	قليل	لا تطبيق	عالي	متوسط	قليل	لا تطبيق
	Flash MX	17	18	53	69	11%	11%	34%	44%
	Dreamweaver	17	18	45	77	11%	11%	29%	49%
برامج مونتاج الفيديو وتحريره على الموقع	Final cut bro	30	20	42	65	19%	13%	27%	41%
	Multimedia director	24	19	47	67	15%	12%	30%	43%
برامج إدارة المواقع الإلكترونية	Ms SQL/Oracle dot jo	22	17	47	71	14%	11%	30%	45%
برامج إخراج الصحيفة	indesign Kuark	24	27	42	64	15%	17%	27%	41%
برامج التحاليل الإحصائية	Spss	11	49	50	47	7%	31%	32%	30%
برامج الترجمة الفورية	Google Translator	41	36	37	43	26%	23%	24%	27%

والجدول (4) يبين النسب المئوية لمدى تطبيق البرامج الحاسوبية في المجالات الإعلامية التي حددتها الدراسة الحالية.

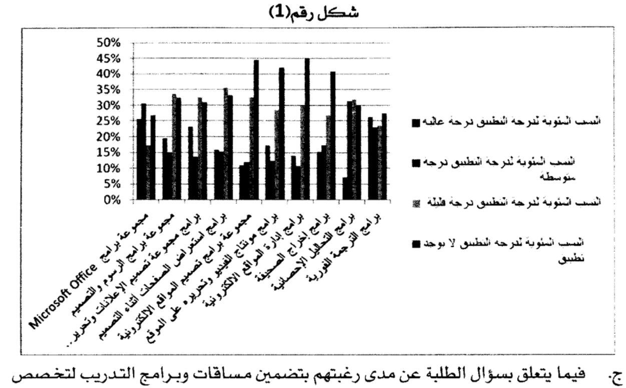
جدول (4)

النسب المئوية لدرجة تطبيق البرامج الحاسوبية في المجالات الإعلامية التي حددتها الدراسة

البرامج الحاسوبية	النسب المئوية لدرجة التطبيق			
	درجة عالية	درجة متوسطة	درجة قليلة	لا يوجد تطبيق
مجموعة برامج Microsoft Office	%20.4	%35.5	%20.2	%24.0
مجموعة برامج الرسوم والتصميم الجرافيكس (Graphics	%11.4	%15.5	%43.4	%29.8
برامج مجموعة تصميم الإعلانات وتحرير الصور و رسم الخطوط والأشكال	%13.2	%11.4	%40.7	%34.8
برامج استعراض الصفحات أثناء التصميم	%12.9	%14.1	%24.7	%48.2
مجموعة برامج تصميم المواقع الإلكترونية	%12.7	%11.7	%28.3	%47.3
برامج مونتاج الفيديو وتحريره على الموقع	%15.9	%11.8	%34.5	%37.7
برامج إدارة المواقع الإلكترونية	%13.6	%9.1	%36.4	%40.9
برامج إخراج الصحيفة	%13.6	%17.3	%30.0	%39.1
برامج التحاليل الإحصائية	%10.0	%8.2	%40.0	%41.8
برامج الترجمة الفورية	%28.6	%25.7	%22.9	%22.9

والشكل رقم (1) يبين نسبة التطبيق للبرمجيات الحاسوبية في المناهج من وجهة نظر الطلبة

شكل رقم(1)



ج. فيما يتعلق بسؤال الطلبة عن مدى رغبتهم بتضمين مساقات وبرامج التدريب لتخصص الصحافة والإعلام بالبرمجيات الحاسوبية التي تم حصرها وفق متطلبات العمل، فقد تمت الإجابة عن الجزء الثالث من الاستبانة الثانية ، والمتعلق بذلك ، والجدول رقم (5) يبين أعداد الطلبة ونسبهم المئوية لاستجاباتهم على استبانة تحديد الرغبة في تضمين المناهج والبرامج للبرمجيات الحاسوبية الضرورية للمهام الإعلامية

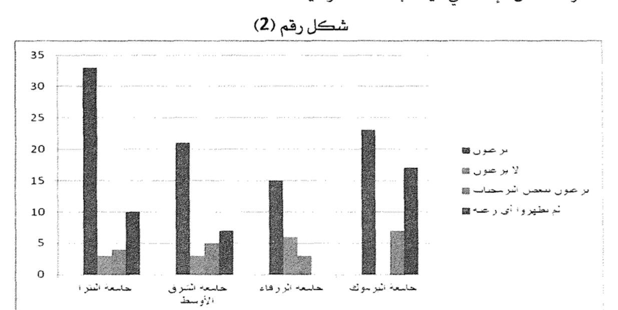
جدول رقم (5)

يبين أعداد الطلبة ونسبهم المئوية لاستجاباتهم على استبانه تحديد الرغبة في تضمين المناهج بالبرامج الحاسوبية الضرورية للمهام الإعلامية في الجامعات الأردنية

الجامعة	يرغبون	لا يرغبون	يرغبون ببعض البرمجيات فقط	لم يظهروا أي رغبة
جامعة البترا	33	3	4	10
جامعة الشرق الأوسط	21	3	5	7
جامعة الزرقاء	15	6	3	-
جامعة اليرموك	23	0	7	17
المجموع	92	12	19	34
النسبة المئوية	%58.6	%7.6	%12.1	%21.7

شكل رقم (2) يبين رغبات الطلبة في تضمين المناهج بالبرمجيات الحاسوبية اللازمة للعمل الإعلامي في الجامعات الأردنية.

شكل رقم (2)



د. آما عن المساقات التي تتضمن بعض المعرفة بالبرمجيات الحاسوبية كما تم تحديدها من خلال إجابة الطلبة على الجزء الثاني من الاستبانة الثانية فهي كما يلي : التصوير الصحفي ، الإخراج الصحفي، الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، الإعلام الإلكتروني، الإعلان، إنتاج إذاعي وإخراج، مهارات صحفية.

ه. فيما يتعلق بآراء أساتذة الصحافة والإعلام نحو تضمين هذه البرامج في مناهجهم التدريبية؟

تم توزيع الاستبانة المتعلقة باستخلاص آراء الأساتذة على جميع الأساتذة الذين يدرسون مساقات الصحافة والإعلام في كليات وأقسام الصحافة والإعلام في الجامعات الأربعة المذكورة، و كانت استجابة الأساتذة ضعيفة، حيث لم يرد أي استجابة من أساتذة جامعة الزرقاء، وكانت بيانات الأساتذة المشاركين كما ورد في جدول رقم (6).

جدول رقم (6)

أعداد أساتذة الإعلام في الجامعات الأردنية في عينة الدراسة

عدد سنوات الخبرة	جامعة البترا		جامعة الشرق الأوسط		جامعة اليرموك	
	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث
اقل من 10 سنوات	-	-	-	-	8	2
10- 20 سنة	1	-	-	-	-	-
أكثر من 20	6	-	2	-	1	1
المجموع	**7**	-	**2**	-	**9**	**3**

والجدول رقم(7) يبين النسب المئوية لدرجة تطبيق مجموعة البرامج الحاسوبية في المجالات الإعلامية المحددة في الدراسة .

جدول رقم (7)

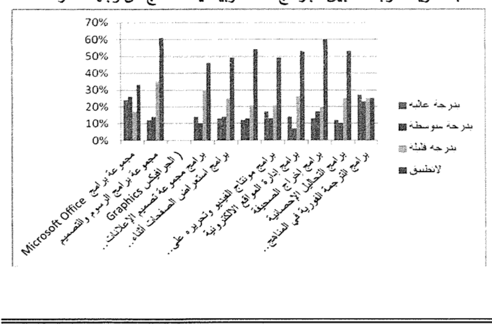
النسب المئوية لدرجة تطبيق البرامج الحاسوبية في المجالات الإعلامية من وجهة نظر الأساتذة

البرامج الحاسوبية	النسب المئوية لدرجة التطبيق			
	درجة عالية	درجة متوسطة	درجة قليلة	لا يوجد تطبيق
مجموعة برامج Microsoft Office	٪24	٪26	٪17	٪33
مجموعة برامج الرسوم والتصميم (الجرافيكي Graphics	٪12	٪14	٪35	٪61
برامج مجموعة تصميم الإعلانات وتحرير الصور و رسم الخطوط والأشكال	٪14	٪10	٪30	٪46
برامج استعراض الصفحات أثناء التصميم	٪13	٪14	٪25	٪49
مجموعة برامج تصميم المواقع الإلكترونية	٪12	٪13	٪21	٪54
برامج مونتاج الفيديو وتحريره على الموقع	٪17	٪13	٪21	٪49
برامج إدارة المواقع الإلكترونية	٪14	٪7	٪26	٪53
برامج إخراج الصحيفة	٪13	٪17	٪20	٪60
برامج التحاليل الإحصائية	٪12	٪10	٪25	٪53
برامج الترجمة الفورية	٪27	٪23	٪25	٪25

الشكل التالي رقم (3) يبين النسب المئوية لدرجة تطبيق البرامج الحاسوبية في المجالات الإعلامية من وجهة نظر الأساتذة

شكل رقم (3)

النسب المئوية لدرجة تطبيق البرامج الحاسوبية في المناهج من وجهة نظر الأساتذة



رابعا : تفسير ومناقشة النتائج

تم مناقشة النتائج في هذه الدراسة حسب أهدافها وتساؤلاتها ، وضمن هذا الإطار ظهرت النتائج الآتية:

أ. تشير النتائج إلى أن العمل الإعلامي الحالي يتطلب مهارات وكفاءات تكنولوجية ، وإلمام بالبرمجيات الحاسوبية التي تمكن من إنجاز العملية الإعلامية من تحرير وإخراج المادة الإعلامية وتصميم الإعلانات وإدارة المواقع الإلكترونية وتصميم الأشكال وتحرير الصور ..الخ من المهام والأنشطة الإعلامية.

ب. كشفت النتائج من خلال تحليل البيانات إلى أن هناك نقصاً حاداً في الجانب التطبيقي العملي في العديد من المواد والمساقات الإعلامية والبرامج التدريبية ، لاسيما تلك المتعلقة بالبرمجيات الحاسوبية والتطبيقات التكنولوجية المعلوماتية اللازمة والضرورية لإنجاز المهام الإعلامية والأنشطة الصحفية والتواصل والاتصال، والتي هي من أساسيات العمل الإعلامي الحديث القائم على الاتصال الرقمي واستخدام الحاسوب وشبكة الإنترنت.

ج. يستدل من نتائج الدراسة أن هناك رغبة قوية لدى الطلبة في أقسام و كليات الصحافة والإعلام في تحديث مناهجهم وبرامجهم التدريبية وتضمين هذه البرامج والمناهج بمهارات استخدام وتوظيف وتطبيق البرمجيات الحاسوبية التي أشارت إليها هذه الدراسة في المناهج والبرامج التدريبية المستقبلية.

د. أشارت النتائج إلى أن هناك إقراراً قوياً من قبل أساتذة تخصص الصحافة والإعلام بضرورة تعديل البرامج التدريبية والمناهج والمساقات التدريسية ، بحيث تتضمن تطبيقات ومهارات استخدام وتوظيف البرمجيات الحاسوبية ، وذلك لتأهيل وإعداد الطلبة لمتطلبات سوق العمل.

ه. تنسجم نتائج هذه الدراسة مع السياق العام لتطوير وتعديل الخطط الدراسية والبرامج التدريبية لتخصص الصحافة والإعلام، وذلك من خلال التأكيد على ضرورة تضمين المناهج المستقبلية والبرامج التدريبية بمهارات استخدام وتوظيف البرامج الحاسوبية التي حصرتها هذه الدراسة ، بالإضافة إلى استحداث تخصصات إعلامية جديدة يتطلبها سوق العمل، وهذا ما أكدت عليه منظمة اليونسكو من

خلال المشاريع التي تقوم بها بالتعاون مع كليات الإعلام في الوطن العربي بهدف وضع معايير للمناهج النموذجية للتعليم الصحافي وإعداد الإعلاميين في عصر التكنولوجيا والاتصال والمعلومات.

خامسا: التوصيات

توصي هذه الدراسة بما يلي:

أ. استحداث تخصصات إعلامية جديدة تلبي متطلبات سوق العمل والتطور التكنولوجي والمعرفي في مجال الإعلام، مثل تخصص الإنتاج الرقمي، وتخصص الإعلام الحديث، وتخصص الاتصال والإعلام، وذلك أسوة بكليات الإعلام الأخرى في الوطن العربي ككلية الإعلام بالجامعة الأمريكية في دبي.

ب. إفراد مساقين اثنين على الأقل يتضمنان المهارات الحاسوبية الضرورية، اللازم توظيفها في المساقات الإعلامية الأخرى، وجعل هذه المواد إجباريةً، ومتطلباً سابقاً للعديد من المواد التخصصية الأخرى.

ج. تضمين المساقات الدراسية جوانبَ عمليةً تطبيقيةً، تُوظَّف من خلالها البرامج الحاسوبية التي حصرتها هذه الدراسة، ويمكن الاستعانة بمتخصص في مجال الحاسوب خلال وضع الأنشطة المتضمنة في هذه المساقات.

د. التوسع في إجراء الدراسات التي تقدم مقترحات عملية يستفيد منها واضعي البرامج التدريبية ومطوري المناهج وأساتذة الجامعات والعاملون في هذا المجال لمواكبة التطورات التكنولوجية وتطبيقاتها الإعلامية السريعة.

ه. وضع برامج تدريبية للطلبة في فصل التخرج بحيث تشتمل على المهارات اللازمة لتوظيف هذه البرامج في المهام الصحفية، وذلك لإعداد الطلبة لسوق العمل.

و. إشراك أساتذة الجامعة في دورات تدريبية عملية حول توظيف هذه البرامج في المهام الإعلامية ليسهل لاحقاً توظيفها من قبلهم في الخطط الدراسية.

ز. التعاون مع منظمة اليونسكو في مشاريعها التي باشرت هذا العام بالقيام بها بهدف تطوير المناهج الدراسية بكليات الإعلام ووضع معايير للمناهج النموذجية للتعليم الصحافي وإعداد الإعلاميين في عصر التكنولوجيا والاتصال والمعلومات.

المصادر والمراجع

1. الحيدري، 2007 " النظام والفوضى - الإعلام الجديد"، جامعة البحرين
2. الشهري، 2003،"واقع ومستقبل الصحف اليومية على شبكة الإنترنت"، المنتدى الإعلامي الأول- الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض.
3. توفلر، الفن، 1996،"بناء حضارة جديدة"، ترجمة سعد زهران، مركز المحروسة للبحوث والتدريب والنشر ، جمهورية مصر العربية.
4. اللبان، شريف درويش، 2007، " الصحافة الإلكترونية"، الطبعة الثانية ، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
5. المصري، نعيم، 2003، "استخدامات الإعلاميين لشبكة الإنترنت"، المعهد العربي للبحوث والدراسات، http://www.airssforum.com/forumdisplay.php/127
6. اليونسكو، 2011، "اليونسكو تساهم في إصلاح مناهج التعليم الصحافي في مصر"، http://www.unesco.org/new/ar/cairo/home
7. بادي. برتران، فيدال. دومينيك، 2011، **أوضاع العالم 2011**، الفكر العربي للبحوث والدراسات.
8. تريان، ماجد سالم، 2008، " الإنترنت والصحافة الإلكترونية- رؤية مستقبلية"، الطبعة الأولى، الدار العربية اللبنانية.
9. خليفة، عادل، " التحول إلى النشر الإلكتروني - حلول واقعية"، www.abegs.org/sites/..:/1104الطفل20%وثقافة20%الانترنت .doc
10. صادق، عباس مصطفى، 2003، "صحافة الإنترنت"، الظفرة للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، أبوظبي.
11. صادق، عباس مصطفى ، 2008، "الإعلام الجديد ، المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، دار الشرق للنشر والتوزيع ، عمان الأردن.
12. صادق، عباس مصطفى، 2005، "الصحافة والكمبيوتر"، الدار العربية للعلوم ، الطبعة الأولى.
13. الدليمي، عبد الرزاق ، 2011، " الإعلام التربوي"، دار المسيرة للنشر و التوزيع والطباعة، عمان – الاردن.
14. منصور، حسن محمد، 2007، " الإعلام العربي في شبكة الإنترنت دراسة تحليلية تقويمية لعيّنة من مواقع وسائل الإعلام العربية علي شبكة الإنترنت"، رسالة جامعية، جامعة الأزهر، مصر
15. منظمة المؤتمر الإسلامي، 2005، " مجتمع الإعلام"، وثيقة عمل مقترحة من منظمة المؤتمر الإسلامي إلى مؤتمر القمة العالمي حول مجتمع الإعلام - جنيف 2003 – تونس 2005
16. www.itu.int/dms_pub/itu-s/md/03/wsispc2/c/S03-WSISPC2-C-0067!! MSW
17. نادي طلبة الإعلام والاتصال، 2010، "الصحافة الإلكترونية وخصائص مطبوعة الإنترنت"، http://sic-mosta.own0.com/

1- Caroline Bassett, Maren, Hartmann And Kate. O'riordan , "Revisiting Digital Media Technologies? Understanding Techno sociality Communications" , 36 (2011), 283_290 03412059/2011/036_0283 DOI 10.1515/COMM.2011.014 _ Walter de Gruyter.
2- Schwartz,Joun,2006,"The medium and the Messege ,Reinventing the media classroom", ISSUE 42 Screen Education.
3- Pischetola. Magda,2011, "Digital Media and Learning Evolution": A Research on Sustainable Local Empowerment, Global Media Journal Volume 11, Issue 18.

تطور وسائل الاتصال والمعلوماتية ومشكلات التحول إلى مجتمع المعلومات

الدكتور/ مصطفى حميد الطائي

شبكة جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية

المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث

مشكلة البحث:

تتلخص مشكلة البحث في معقولية الآراء التي سادت الأوساط الفكرية والسياسية والعلمية، التي تؤكد الحتمية التقنية، والحتمية التقنية تؤكد حتمية الدخول إلى مجتمع الاتصال والمعلوماتية ومن ثم مجتمع المعرفة، غير ان تحول المجتمعات التقليدية إلى مجتمعات اتصال ومعلوماتية، يتطلب إعداد وتهيئة المجتمعات الراغبة في التحول لمواجهة المشكلات الناتجة من عمليات التحول، عن طريق: إخضاع التقنية لمتطلبات الحياة الاجتماعية وما تفرضه من معايير قيمية، وزيادة الوعي وتطوير المهارات في مختلف التخصصات، من خلال خطط استراتيجية تسهم فيها وسائل الاتصال والمعلوماتية .

تجدر الإشارة إلى أنه: على الرغم من ان الدول الصناعية المتقدمة أعدت قدراتها ومجتمعاتها منذ وقت مبكر لتقبل تلك التحولات والتعاطي معها، من خلال تنفيذ استراتيجيات شاملة لدخول مجتمع الاتصال والمعلوماتية، رصدت لها قدرات هائلة، فاليابان على سبيل المثال: وضعت خطة إستراتيجية منذ عام 1977 للتحول إلى مجتمع المعلومات، قدرت كلفتها بـ (65) مليار دولار، وعلى الرغم من ذلك الاستعداد واجهت العديد من المشكلات، فكيف الحال مع البلدان العربية والنامية التي مازالت تفتقر إلى ذلك الاستعداد فضلاً عن أنها لم تعد خطط إستراتيجية للتحول، الأمر الذي سيجعلها تتعرض إلى مشكلات مركبة بالغة الدقة و التعقيد .

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في أدوار وسائل الاتصال والمعلوماتية، المتعلقة بمواجهة المشكلات، الناتجة من عمليات تحول المجتمعات التقليدية إلى مجتمعات اتصال ومعلوماتية، من الطبيعة التأريخية التي تفرض حتمية التحول من جهة، وخطورة المشكلات التي تنطوي على عمليات التحول من جهة ثانية .

أهداف البحث:

يهدف البحث التوصل إلى:

- التعرف على أهمية وسائل الاتصال والمعلوماتية في تهيئة المجتمعات للتحول إلى مجتمعات اتصال ومعلوماتية.
- التعرف على طبيعة المشكلات التي تنتج عن تحول المجتمعات العربية والنامية إلى مجتمعات اتصال ومعلوماتية .

- الوقوف على المهام والوظائف التي تقوم بها وسائل الاتصال والمعلوماتية لمواجهة المشكلات التي تنتج من عمليات التحول .
- يهدف البحث إلى التعرف على أهمية استخدام أساليب النظم التقنية، لتسهيل عمليات التحول إلى مجتمع اتصال ومعلوماتية .

افتراضات البحث:

قام البحث على الافتراضات الآتية:

لتحقيق أهداف البحث وضع الباحث الافتراضات الآتية: -

- ان التحول إلى مجتمعات اتصال ومعلوماتية مسألة حتمية ليس أمام المجتمعات الدولية خيار إلا التعامل معها وتقبل آثارها.
- ان أية دولة لا تخطط لاستيعاب متغيرات التحول، وتوجيه مجرياته لصالحها، ستتعرض إلى التبعية أو التفكك، أو الذوبان في مجتمعات أخرى فاعلة ومؤثرة .
- ان المشكلات التي تفرضها عمليات التحول إلى مجتمعات الاتصال والمعلوماتية تختلف من مجتمع لآخر.
- ان لوسائل الاتصال والمعلوماتية مهام على درجة كبيرة من الأهمية لمواجهة المشكلات الناتجة من تحول المجتمعات التقليدية إلى مجتمعات اتصال ومعلوماتية.
- ان استخدام أساليب النظم التقنية المتعلقة بالاتصال والمعلوماتية والتعليم، يعد من المفاتيح الرئيسية لدخول مجتمع الاتصال والمعلوماتية .

منهجية البحث:

استخدم الباحث المنهج الاستطلاعي لتشخيص مشكلة البحث، كما اعتمد المنهج الوصفي لتوصيف المشكلة، والمنهج التحليلي، لتحليل المحاور المتعلقة بمشكلة البحث، واستنباط الأحكام المتعلقة بأبعادها وتطوراتها المستقبلية .

هيكلية البحث:

تم تناول البحث من خلال أربعة مباحث وكالاتي: -

تناول المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث .

المبحث الثاني: تطور وسائل الاتصال والمعلوماتية وآثارها في مجتمع المعلومات.

المبحث الثالث: المشكلات التقنية التي تواجه مجتمعات الاتصال والمعلوماتية في المنطقة العربية.

المبحث الرابع تناول: نظم المعلومات التقنية وأهميتها لمجتمع الاتصال والمعلوماتية

المبحث الثاني

تطور وسائل الاتصال والمعلوماتية وآثارها في مجتمع المعلومات

مدخل إلى أهمية الاتصال لمجتمع المعلومات:

يشكل الاتصال عصب الحياة الاجتماعية المعاصرة، ويصفه بعض الباحثين بالجهاز العصبي للمجتمعات الإنسانية، إذ لا يمكن للمجتمعات البشرية الاتصال والتواصل فيما بينها من دون شبكة اتصال ومواصلات حضارية قادرة على استيعاب أنشطة المجتمعات الحديثة .

سيما وان ثورة الاتصالات شكلت المحور الذي تدور حوله الثورة الصناعية الحديثة، بما اشتملت عليه من متغيرات، اتسمت بالسرعة والشمول، أثرت على جوانب الحياة الإنسانية كافة ، كان من نتائجها: ان ارتبطت المجتمعات الحديثة مع بعضها بشبكة دقيقة وحساسة من قنوات الاتصال، اسهمت في تقريب المسافات وتوحيد الميول والاتجاهات والأفكار، وقدمت رموز مشتركة للتفاعل الإنساني بين مختلف المجتمعات، وحولت المجتمع الدولي إلى قرية كونية، حين أمدت أسماعنا إلى مجتمعات لم نكن نسمعها من دون قنوات الاتصال، ووسعت من مجال الرؤيا لأبصارنا إلى مجتمعات لم نكن لنراها من دون هذه القنوات البصرية الجديدة.

لذلك أصبحت المجتمعات البشرية تسمع وترى الأحداث العالمية ،التي تقع في لحظة وقوعها، من نافذة واحدة وأجهزة مشتركة تحقق الالتقاء والمشاركة ،فتولدت أحاسيس مشتركة بالقضايا ذات الاهتمام الإنساني المشترك، وأصبحنا نرى المجتمعات الإنسانية تغضب وتنتفض حينما يحصل لبعضها ظلم أو عدوان، فنجدها تخرج بمظاهرات صاخبة لمساندة بعضها البعض بغض النظر عن انتماءاتها العرقية والدينية وتوجهاتها السياسية .

ان تطور تقنيات الاتصال والتفاعل الاجتماعي، نتج عنه متغيرات كبيرة متعددة الاتجاهات والأبعاد، انعكست آثارها على عموم المجتمعات، وهذه التغيرات أسست لإقامة مجتمع اتصال ومعلوماتية، فبميلاد الصحافة الالكترونية وشيوع وسائل النشر الالكتروني، وظهور التلفزيون التفاعلي ،والوسائط المتعددة (الملتيميديا) والانترنت وشبكة الاتصالات الحديثة المتمثلة بشبكات الفيس بك و الموبايل وغير من الأجهزة الدقيقة والمعقدة ،نكون قد بلغنا ذروة ثورة الاتصال والمعلوماتية المؤدية إلى مجتمع المعلومات .

جدلية العلاقة بين الاتصال والمعلوماتية:

ان الدخول إلى مجتمع المعلومات لم يكن ممكنا من دون الالتقاء والتفاعل بين ثورة الاتصال والإعلام والمعلوماتية، حيث كان لتطور تقنيات الاتصال الدور الكبير في إنضاج ثورة المعلومات والدخول إلى مجتمع المعلومات والمعرفة، وقد تجسدت هذه الانجازات عن طريق التفاعل التقني المتبادل بين الاتصال والمعلوماتية.

وإذا عدنا إلى بدايات ثورة المعلومات نجد ان مطلع القرن الحادي والعشرين شهد تحولات كبيرة في مجالات الاتصال والمعلوماتية، وأضحينا نلمس اندماج مخرجات ثورة المعلوماتية وثورة الاتصال، وشاعت اصطلاحات جديدة لم تألفها الأجيال السابقة، منها على سبيل المثال: مصطلح انفجار المعلومات (Information Explosion) للدلالة على القفزة الهائلة التي حصلت في مجال الاتصال والمعلوماتية، وقد شملت ثورة المعلومات مجالات النشاط الإنساني كافة، وتحول إنتاج المعرفة إلى صناعة واسعة ومتشعبة كان من ابرز نتائجها اختفاء الخصوصيات وطغيان البعد الدولي على مخرجات وسائل الاتصال والمعلوماتية[1] .

الآثار المترتبة على التطور التقني في مجال الاتصال والمعلوماتية:

ان التطورات السريعة والدقيقة التي حصلت في مجال الاتصال والمعلومات، شملت المضامين والوسائل التقنية، ولم تترك فرص كبيرة تتيح للمجتمعات التأهب والاستعداد لتقبلها والتكيف مع آثارها وأنعكاساتها، الامر الذي ادى إلى أن تصاب العديد من المجتمعات بالدهشة من سرعة التغيرات التي احدثتها في حياة الإنسان المعاصر ،وكان من أهم آثار ثورة الاتصال على مجتمعات المعرفة والمعلومات الحديثة هو[2]:

1- ان تطور تقنيات الاتصال من الهاتف وصولاً إلى شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي الأجهزة الذكية متعددت الاستخدام، ترك آثاراً كبيرة في حياة المجتمعات الحديثة، وبخاصة في مجالات:الاتصال والتعليم، أو ما سمي بثورة المحتوى.
2- كان من آثار ثورة الاتصال والمعلوماتية زيادة الفجوة بين من يمتلك المعلومات وتقنياتها ومن لا يمتلك.
3- ظهور العديد من التخصصات الجديدة، التي اتجهت نحو تطوير تقنيات الاتصال بشكل غير مسبوق .
4- حصول أزمة في طبيعة المعالجات الإعلامية للقضايا العالمية .
5- ظهور خلل كبير في التوازن عند تغطية وسائل الاتصال الدولية الكبرى للقضايا العالمية.

6- ظهور العولمة وما انطوت عليه من أثار سلبية لبنية المجتمعات النامية.
7- كان الإعلام والاتصال والمعلوماتية من أكثر المجالات، التي استفادة من الثورة التقنية الحديثة، تجسدت تلك الاستفادة بظهور البث الفضائي واسع النطاق والشبكات الدولية للمعلومات.
8- كان للتقنية وتطوراتها المتعاقبة الدور الكبير في ثورة المعلومات في المجتمعات الحديثة، وانعكست آثار تلك التطورات على اتساع نطاق شبكات المعلومات العالمية والانترنت باستخداماتها المتعددة.
9- ان النهضة الصناعية الواسعة لأجهزة الاتصال تركزت بشكل أساسي حول أجهزة الكمبيوتر والانترنت والبلاك بيري والآيفون..، بما يتصل بها من معلومات وبرمجيات أصبح لها كيان يتسم بالعالمية.
10- كان من نتائج ثورة الاتصال والمعلوماتية: حصول تطور نوعي في الوعي الجماعي، وتطور فكري وثقافي جماهيري، مكّن من شيوع الانتقائية لدى الجمهور المتلقي لرسائل وسائل الاتصال، وأضحينا نعيش شيوع ظواهر السلوك الانتقائي والاستماع الانتقائي والمشاهدة الانتقائية والإدراك الانتقائي(3).
11- ان التطورات الاتصالية المعاصرة مكنت أبناء المجتمعات الحديثة من الوصول إلى الأفكار والمعلومات بحرية، من دون وساطة الجهات المسئولة، التي احتكرت الوسائل الإعلامية زمناً طويلا .
12- شيوع ظواهر التنوع الكبير في البرامج المسموعة والمرئية، وهو ما يعني عدم الارتهان إلى جهة واحدة تحتكر الإنتاج المرئي والمسموع.
13- الخروج من إطار العزلة على صعيد الفرد والمجتمع، إلى مجالات أرحب عن طريق التواصل الاجتماعي والمشاركة في المعرفة .
14- شيوع الإمكانيات الفنية التي ينتجها التلفزيون الرقمي من الصور الأكثر وضوحاً إلى التوسع في المهام والوظائف.
15- أتاحت وسائل الاتصال الحديثة: المعلومات والأفكار ونماذج السلوك والخبرات بسرعة وكفاءة عالية، لا تستطيع أية جهة ان تفرض عليها قيود الرقابة والتفتيش.
16- ان سعة وشمولية التطورات التي حصلت في ميادين الاتصال أضرت في العديد من البنى الاجتماعية، وأفرزت العديد من المشكلات الاجتماعية المعقدة.
17- ان التطورات التقنية في مجال الاتصال والمعلوماتية كانت لها انعكاسات سلبية شملت الأفراد والمجتمعات .

المبحث الثالث

المشكلات التقنية التي تواجه مجتمعات الاتصال والمعلوماتية في المنطقة العربية

هناك علاقة وثيقة بين البيئة الاجتماعية والبيئة التقنية، وعلى القائمين والمشرفين على إدارة التقنية مراعاة تكييف البيئة التقنية وفقا للمعايير والقوانين التي تفرضها البيئة الاجتماعية عند الشروع بتنفيذ برامج التحول إلى مجتمع الاتصال والمعلوماتية، لأن البيئة الصناعية هي من نتاج البيئة الاجتماعية أولاً وأخيراً.

ووفقا لهذه الرؤية ينبغي أن لا تقدم الحسابات التقنية على الحسابات الإنسانية، وان لا تجعل الإنسان في خدمة الآلة، لان مثل تلك الحسابات سوف تحدث أضراراً بالغة بحقوق الإنسان، وتؤدي إلى تفكك النظم القيمية التي تقوم عليها المجتمعات.

ان سيادة الآلة وتفوقها على الإنسان في القيمة، سوف يفقد الإنسان السيطرة على محيطه الاجتماعي، وتتحول علاقاته الاجتماعية إلى علاقات أليه مادية حادة تفقد المجتمع الروح الإنسانية التي تكمن فيها إنسانية الإنسان وسعاته، وعندما يفقد الإنسان قيمه الاجتماعية، سيفقد حقوقه الإنسانية . كونه كائن اجتماعي يستمد مقوماته الشخصية وسلوكه من نظامه الاجتماعي، وإذا ما حصل ذلك فانه يفقد الحاجة إلى التقنية ذاتها .

وتأسيساً على ما تقدم، يمكن إيجاز المشكلات المترتبة على عمليات التحول إلى مجتمع الاتصال و المعلوماتية بالنقاط الآتية: -

أولاً- إشكالية اختلال التوازن بين المستفيدين في مجتمع الاتصال والمعلوماتية:

يمثل مجتمع الاتصال والمعلوماتية أخر ما توصلت إليه المجتمعات الإنسانية المتحضرة من تطور، حيث يوصف هذا النوع من المجتمعات بأنه: مجتمع مؤسساتي يقوم على نظم اتصال تقنية، تؤسس لأنواع جديدة من العلاقات الوظيفية، التي هي مزيج من العلاقات العامة والعلاقات الاجتماعية.

غير ان هذا النوع من المجتمعات أثار جدلاً واسعاً بين المفكرين والباحثين، فهناك من يؤكد وجود هذا النوع من المجتمعات، وهناك من ينفي وجود مجتمعات بهذا الاسم،

وهناك من حدد هذه التسمية بعدد من الدول دون غيرها، إلا ان التيار الذي يؤمن بوجود مجتمع الاتصال المعلوماتية يحصره بعدد من الدول الصناعية المتقدمة، ويدعّم وجهة نظره بالقول: ان المجتمعات التي خرجت منتصرة من الحرب العالمية الثانية شهدت تطورات متصاعدة شملت مختلف مجالات الحياة: التقنية والاقتصادية والعلمية والثقافية ... وان تلك التطورات تكللت بظهور مجتمعات الاتصال المعلوماتية .

إذ يصر كل من (روبرت تايلور – R. Taylor) و(كرونين – Cronin) وغيرهم على أننا نعيش اليوم مجتمع الاتصال والمعلوماتية "Communication and Information Society "، إلا أنهم يعتقدون ان مجتمع المعلومات يثير العديد من التحفظات منها: ان المجتمعات الدولية ليست بمستوى واحد، من حيث مستويات التطور والقدرة على إدارة التقنية واستهلاك المعلومات، إذ تشير بعض المصادر إلى ان هناك (12) دولة تشكل حوالي 25٪ من سكان العالم، يمكن أن تنطبق عليها تسمية مجتمع الاتصال والمعلوماتية، كونها تمتلك أكثر من 80٪ من تقنيات الاتصال والمعلوماتية في العالم: وهذه الدول هي: اليابان والولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا وكندا وبريطانيا وفرنسا والسويد وسويسرا واسبانيا وروسيا وايطاليا وهولندا[5] .

حيث وضعت اليابان خطة إستراتيجية منذ عام 1977 للتحول إلى مجتمع المعلومات، قدرت كلفتها بـ (65) مليار دولار، وتلاحقت التطورات بأشكال غير مسبوقة ،بهدف الانتقال بمجتمعات المعلومات إلى مجتمعات المعرفة knowledge Society تجدر الإشارة إلى ان مجتمعات الاتصال والمعلوماتية، انتقلت من اقتصاد السلع والبضائع إلى اقتصاد المعرفة، وذلك عن طريق سيطرة قطاع المعرفة على الدخل الوطني لمجتمعات الاتصال والمعلوماتية ، حيث بلغ الدخل الوطني لاقتصاد المعرفة في الولايات المتحدة بين 50- 60٪ ،من الدخل القومي، وفي البلدان الأوربية بلغ أكثر من 40٪ .

أما على المستوى العالمي وصل دخل إنتاج المعرفة إلى أكثر من (75) بليون جنيه إسترليني منذ عام 1982 ويزداد هذا الدخل بمعدل أكثر من 12٪ سنوياً، ان هذه التطورات سوف تفتح آفاق جديدة لعالم يعتمد على اقتصاد المعرفة وتقنيات الاتصال والمعلوماتية[6] .

وتأسيساً على ذلك يمكن وصف اقتصاد المعرفة اليوم بأنه: مقتصر على الدول الصناعية الكبرى التي سبق ذكرها، وهناك دول نامية في طور التحول والانتقال في قارات العالم المختلفة، ليس فيها من البلدان العربية سوى الإمارات العربية المتحدة، أما الغالبية العظمى من تلك الدول فإنها

تتعرض للانعكاسات السلبية الضارة لثورة الاتصال المعلوماتية، كونها تعاني العزلة وعدم تعاون الدول الصناعية معها للاستفادة من معطيات هذه الثورة .

ويمكن الوصول إلى خلاصة مفادها: ان الصفوة من أغنياء المعلومات سيملكون القوة والنفوذ، وسيترتب على هذه التطورات: ازدياد نسب دخول النساء إلى أسواق العمل في مجتمعات االاتصال والمعلوماتية ، وسيترب على الداخلين إلى أسواق العمل إمتلاك مهارات تقنية وفنية تؤهلهم لأداء الوظائف المستقبلية، التي تعتمد على التخصصات الدقيقة وتعدد المهارات.

ثانياً- إشكالية تكييف التقنية في المجتمعات العربية والنامية

لكل انجاز في الحضارة المعاصرة ميزات ومكاسب وفي ذات الوقت له انعكاسات وآثار سلبية، وان معظم الآثار السلبية التي تتعرض لها المجتمعات الحديثة، ناتجة عن الأسباب الآتية:

1- ضعف القدرة على استيعاب التقنيات الحديثة، وسوء استخدامها .
2- ضعف الوعي بالآثار التي يمكن أن تتركها التقنية الحديثة في النظم القيمية الاجتماعية.
3- عدم القدرة على تكييف التقنية مع النظم الاجتماعية وقيمها الروحية والعقائدية.

ان تشخيص أسباب عدم القدرة على التكيّف يفرض على المجتمعات التي تدخل عصر تقنيات الاتصال والمعلوماتية، أن تعد أبناء هذه المجتمعات بما يمكّنها من تكييف التقنية واستثمارها وفقا ًلما تقتضيه مصالحها الحيوية .

إلا ان ذلك يعتمد على مدى قدرة المجتمعات على وضع شروط وضوابط، تحدد قدرة الإنسان على استخدام التقنية وتكييفها وفقا ً لظروفه وحاجاته ومصالحه الأساسية، لان التقنية واستخداماتها إذا ما تركت سائبة، فقد تعدم إنسانية الإنسان،وتدمر نظامه ألقيمي، وتفكك نظامه الاجتماعي، وفي هذه الحالة تكون مضارها أكثر من منافعها.

تجدر الإشارة إلى: انه على الرغم من أهمية التقنية، فإنها أضافت متاعب ومشكلات اجتماعية للإنسان المعاصر، كونها أضرت بنظمه القيمية وعقائده ومعتقداته وما ينطوي عليها من سلوكيات غير منضبطة تخرج عن النظم القيمية للمجتمعات ،لذلك أطلق على تلك السلوكيات وما أفرزته من ظواهر سلبية بـ(بأمراض الحضارة)، كل ذلك ما كان ليحصل لو اخضع الإنسان التقنية لثوابته القيمية وحولها إلى حاجات تابعة للإنسان، بدلا ً ان يكون تابعا ً لها، وإذا ما أراد الإنسان المعاصر أن

يتخلص من أمراض التقنية فما عليه، إلا أن يكيّف التقنية وفقاً لنظامه الاجتماعي، بدلاً من أن يكيف نظامه الاجتماعي للتقنية .

سيما وان هناك فوارق كبيرة تنطوي عليها عواقب خطيرة بين أن نكيف نظمنا الاجتماعية للتقنية، وبين أن نكيف التقنية لنظمنا الاجتماعية، لأن الحالة الأولى تتطلب منا أن نلغي القيم الاجتماعية والثوابت العقائدية التي تمثل الخصوصية والهوية الوطنية والحضارية، ونحول سلوكنا الروحي الإنساني إلى سلوك مادي تحكمه الآلة وتحدد اتجاهاته [7].

ثالثاً- إشكالية عدم القدرة على مواكبة التطورات التقنية واستيعابها

ان التطورات العلمية والتقنية المتسارعة ،وانتشار التصنيع على نطاق واسع، تسبب في إحداث فجوة كبيرة بين الدول الصناعية المتقدمة تقنياً، والدول النامية التي تتسم بالغنى الروحي والفقر المادي والتأخر العلمي، ان استمرار توسع الفجوة بين الاغنياء والفقراء اعجز العديد من المجتمعات عن مواكبة المستحدثات الجديدة، وافقد المجتمعات النامية القدرة على استيعاب التقنية ومستجداتها وبخاصة في مجالات التعليم والإعلام والمعلوماتية. ان مواكبة التطورات ومجارات التقدم يتطلب توفر شروط مادية وعلمية وخبرات فنية متجددة، لهذه الأسباب أضحت المجتمعات النامية وبخاصة العربية منها تعيش أزمة تتجسد بأكثر من بعد، يمكن إيجاز أهم مؤشراتها بالنقاط الآتية[8]: -

1- ضعف أدوار وسائل الاتصال الجماهيري، وعدم قدرتها على تنمية وتطوير الوعي التقني والثقافة التقنية في المجتمعات العربية، لتمكينها من تكييف المخرجات التقنية مع القيم الاجتماعية .

2- عدم وجود استراتيجية موحدة بين وسائل الاتصال الجماهيري ومؤسسات التعليم في المجتمعات العربية لتطوير الوعي بأهمية امتلاك المهارات التقنية والفنية التي تلائم سوق العمل التقني.

3- عدم وجود ترابط بين الإعداد العلمي النظري وبين الممارسات التطبيقية في الميدان: وان هذا الانفصام بين الدراسات الأكاديمية والممارسات التطبيقية في حقول العمل والإنتاج، يؤشر خللاً واضحاً يؤثر على دقة الأداء في معظم ميادين الإنتاج في معظم البلدان العربية والنامية .

4- تبين ان هناك مؤشر يشير إلى وجود حالة عدم توازن بين الدراسات النظرية و التطبيقية في المؤسسات التعليمية وبين الممارسات العملية التي يتطلبها سوق العمل.

5- غياب التنظيم في مستويات التدريب: يتمثل هذا الخلل في عدم وجود تمييز بين مستويات التدريب المختلفة، يتناسب مع مستويات المؤهل العلمي والخبرة للعاملين، فهناك بعض العاملين من حملة المؤهل العالي والمتوسط، وهناك أصحاب الخبرات الطويلة من غير الأكاديميين، إذ لا يجوز الجمع بين كافة المستويات في دورة واحدة للتأهيل والتدريب.

6- ضعف المناهج التعليمية والتدريبية في مؤسسات التعليم والتدريب: تتجلى ظاهرة ضعف كفاءة المناهج التعليمية والتدريبية في عموم البلدان النامية وبخاصة في الدول العربية، إذ يؤخذ على مناهج التعليم والتدريب مآخذ كثيرة مثل: اعتمادها على التلقين وعدم اعتمادها على التطبيقات العملية في الميدان ،وعدم مواكبتها التطورات العلمية...الخ .

7- هناك مؤشر أخر يتمثل في غياب التعاون والتنسيق بين المؤسسات التعليمية من جهة وبينها وبين المؤسسات التدريبية من جهة أخرى، مما يؤدي إلى مشكلات مركبة، تنعكس على الدارسين في المؤسسات الأكاديمية، عن طريق عدم تمكنهم من تحويل المعلومات النظرية إلى ممارسات تطبيقية في ميادين العمل، فيصبحوا غرباء على التقنية، فينتابهم شعور بالخوف وعدم الثقة في التعامل مع التقنيات الحديثة .

8- عدم إعتماد معاهد التدريب و مراكز التطوير على مراكز أبحاث علمية متطورة: من بين أهم أبعاد أزمة الإعلام والمعلوماتية في البلدان العربية والنامية عدم اعتمادها على مراكز الأبحاث العلمية، وإن ذلك يؤدي إلى التخبط والعشوائية والتقليدية لضعف أساليب الأداء،وإن حل هذه الإشكالية يكمن في إقامة مراكز أبحاث علميه وتطبيقيه متطورة، تكون بمثابة حلقة وصل بين مؤسسات التعليم والتدريب والمؤسسات الإنتاجية.

9- عدم تهيئة مُستلزمات التعليم والإعداد والتدريب: تُعاني مختلف مؤسسات التدريب والتعليم من عدم توفر العديد من مُستلزمات الاستمرار والتطور،مما يجعلها عاجزة عن مواكبة التطورات الحاصلة في ميادين العلم والتقنية.

10- عدم ربط الجامعة بالمجتمع، الأمر الذي جعل المؤسسات التعليمة تعمل بمعزل عن مؤسسات الدولة في القطاعين العام والخاص، وهي بذلك تخرج أعداد كبيرة من الطلبة لا يجدون من يستوعبهم لعدم وجود خطة وتنسيق بين الجامعات ومؤسسات الدولة بحيث تقوم سياسات القبول في الجامعات وفقاً لخطة تبنى على احتياج المؤسسات في الأعداد والتخصصات .

المبحث الرابع

نظم المعلومات التقنية وأهميتها لمجتمع الاتصال والمعلوماتية .

تعد نظم المعلومات من ابرز نتائج التطور التقني في مجتمع الاتصال والمعلوماتية، حيث يعرف نظام المعلومات على انه: تعبير عن مجموعة من الأسس والإجراءات والقوانين والأنشطة والتدابير الإدارية التي تكفل تدفق المعلومات في مجتمع من المجتمعات الحديثة[9].

إن تطور تقنيات المعلوماتية أدى إلى تحويلها إلى شبكات شاملة عالية الدقة ، حتى أصبحت الشبكة العالمية (World wide web) الأداة الرئيسية لنسق المعلوماتية المتعارف في العالم المعاصر، إلا أن فريق من الباحثين والمتخصصين في هذا الموضوع يرى: إن الفضاء السيبيري الحقيقي يتمثل اليوم بالصور المرئية ثلاثية الأبعاد، التي تمكّن المستخدم من التفاعل بالصوت والصورة ،وتطوير الخيال العلمي الذي أصبح يفوق التصور، إلى الدرجة التي تجعل خداع الحواس يحسس الفرد بأنهُ في بيئة مختلفة عما اعتاده الإنسان في البيئة التقليدية،فالحياة الاتصالية الحديثة أضحت تنتزع الإنسان من بيئته الاجتماعية، لتدخله في فضاء آلي جديد، يشعر فيه الإنسان المعاصر الإحساس بالغربة.

لأن هذا الفضاء التقني يحقق للفرد اندماجاً كاملاً مع الآلة، وليس مع المجتمع الإنساني، وقد حذر علماء النفس من الآثار المستقبلية لهذه الظاهرة، بسبب انغماس الإنسان المعاصر في واقع خيالي من صنعه، وبخاصة عندما يعود الفرد في مراحل لاحقة إلى واقعه الحقيقي.

إن اصطلاح السيبيري والسيبرنطيقا المشتقة منها في الأوساط الأكاديمية، جاءت مصاحبة للتطورات التي حصلت في وسائل الاتصال الجماهيري مثل: القرية الكونية أو القرية الكوكبية (Global village)، ، واستخدمها أعلام مشهورين مثل (ألفين توفلير – Alvin Toffler) وغيره[10].

إن هذه الاصطلاحات تؤكد الحتمية التقنية، التي قصد منها: أن تقدم البشرية بات مرتبطاً ارتباطاً وثيقاً بالتقدم التقني والالكتروني، إذ تقوم هذه الفكرة على حتمية الارتباط الشديد بين المجتمعات المعاصرة والتقنية، ويميل دعاة هذا الاتجاه إلى: أن ليس أمام المجتمعات الحديثة من خيار إلا الملائمة والتكيّف مع هذه التطورات ومتطلباتها، لأنها أضحت حقيقة وواقع وحاجات أساسية، لا يمكن الاستغناء عنها، وان الإخفاق في التكيف وعدم المواءمة يعني: الجمود

والانقراض والتلاشي، حيث تشير بعض المصادر الغربية إلى: ان شبكة المعلومات الكونية ستستمر بالتطور، لتشكل العقل العالمي ،أو الجهاز العصبي للبشرية [11].

وبذلك فان نظم المعلومات شبيهة إلى حد كبير بالنظم ألأخرى، سواء كانت طبيعية أو اجتماعية أو حيوانية أو بيئية، فالنظم تعبير عن أساليب تنتظم فيها مكونات أو عناصر معينة لتأدية وظائف حيوية، لا يمكن ان تؤديها هذه المكونات منفصلة، إلا إذا انتظمت في نظام معين يؤدي إلى تكاملها الوظيفي.

وبناءً على ما تقدم فان النظام: هو الكيفية التي تترابط فيها مكونات الكائن الوظيفي، سواء كان إنسانياً أم حيوانياً أم اجتماعياً أم طبيعياً أم تقنياً. ووفقا ً لذلك يمكن تعريف النظام بأنه: مجموعة من العناصر آو الأجزاء التي تقوم بعمليات تؤدي وظائف متكاملة لتحقيق أهداف محددة.

وبما ان النظام تعبير عن كيان تكاملي، فان فقدان أو تعطيل أي عنصر من عناصر النظام، سيؤدي بالضرورة إلى تعطيل وظائف النظام بأكمله، ويطلق على الأجزاء المكونة للنظام بالنظم الفرعية، كما يعرف نظام المعلومات بأنه: تعبير عن مجموعة من الأسس والقوانين والإجراءات والأنشطة والتدابير الإدارية، التي تكفل تدفق المعلومات في مجتمع من المجتمعات الحديثة.

ولما كانت نظم المعلومات تقوم على قوانين وإجراءات، فلابد أن يضع القائمون عليها في اعتبارهم الشروط الآتية: -

أ- ينبغي لأنظمة المعلومات في وسائل الاتصال أن تكفل إشاعة المعرفة للجميع .

ب- على الدول التي تتبنى نظم المعلومات تحديث قنواتها الاتصالية وتوسيعها لضمان تدفق المعلومات لكل من يحتاج إليها .

ت- لابد من الاعتقاد بان المعلومات ليست موردا ً وطنيا ً، وإنما أرثا ً إنسانيا ً مشتركاً، يقوم على التفاعل الايجابي بين المجتمعات ومؤسساتها الاتصالية.

أهداف النظام الوطني للاتصال و المعلوماتية

تعد الأهداف من المبررات الأساسية لإقامة أي نظام، حيث لا وجود لنظام من دون أهداف موضوعية واضحة على مستوى معين من الأهمية، وعلى هذا الأساس يمكن تحديد الأهداف الرئيسية للنظام الوطني للاتصال والمعلوماتية بالاتي[12]:-

أ- ربط مختلف مراكز المعلومات والمكتبات التي تمتلك مقتنيات معلوماتية تخدم الباحثين مع بعضها بشبكة اتصال مع مراكز البحوث العلمية، سواء كانت رسمية أو غير رسمية، عن طريق شبكة اتصال للمستحدثات الالكترونية، على ان ترتبط هذه الشبكة بحاسب آلي مركزي، يدار بإشراف وسيطرة مركزية، بهدف تسجيل المعلومات وتنظيمها اليكترونيا ً بشكل مركزي، لبناء قاعدة بيانات اليكترونية تشتمل على الموارد المعلوماتية لمختلف القنوات المشتركة في النظام، لتقديم خدمات منوعة للمستفيدين .

ب- وضع إستراتيجية مراقبة وتفتيش عن بعد، من خلال المنفذ الذي يسهل عملية استعراض الملايين من صفحات المعلومات، والبيانات المخزنة اليكترونياً على قاعدة البيانات المركزية .

نظم المعلومات المستندة إلى الحاسبات (C .B. I. S) في المؤسسات

يمثل نظام المعلومات القطاع الداخلي للمؤسسة، ومن مهامه إجراء التوافق وسبل التعامل بين المؤسسة والمتعاملين معها، عن طريق جمع ومعالجة وتشغيل البيانات بواسطة الحاسبات الآلية، فضلا ً عن إعداد قاعدة البيانات والمعلومات المتعلقة بالمستفيدين، ومن مهام هذا النظام إمكانية تجنب العديد من المؤثرات السلبية مثل:

1- عدم وصول البيانات والمعلومات في المدى الزمني المناسب .

2- التقليل من الأخطاء التي تؤثر على دقة البيانات .

3- الاستغناء عن أساليب التخزين الورقية بما تشتمل عليه من رفوف ودواليب.

4- التقليل من احتمالات التلف .

5- التقليل من الكلف واختصار الوقت والجهد والمال.

مميزات نظم المعلومات داخل المؤسسات :

ان إقامة نظام معلومات داخل المؤسسة يقلل من المشكلات والتعقيدات التي تواجه المؤسسة في مجتمع المعلومات الحديث، لأن نظام المعلومات في المؤسسة يتصف بمزايا تخدم المؤسسة وتضبط أداؤها، يمكن إيجازها بالآتي [16]:-

- **الدقة**: يوفر نظام المعلومات ميزة الدقة لكافة العمليات الحسابية التي تحتاجها المؤسسة.
- **السرعة**: يوفر نظام المعلومات المعتمد على الحاسبات سرعة معالجة البيانات، وتتأتى سرعة الاستجابة من دقة الإدخالات أو المدخلات المتعلقة بنظام المعالجة، خاصة إذا ما علمنا بان المعالجة التقليدية بالعقل البشري لا تزيد عن 1/ 1000/ ثا، في حين ان الثنائي العشري المعتمد على نبضات اليكترونية تنطلق عبر دوائر اليكترونية بسرعة تقترب من سرعة الضوء 000 و300 كيلو متر / ثا، تعالج على وحدة التشغيل المركزية بسرعة واحد على ألف مليون من الثانية، مما يجعل زمن استجابة النظام لتلبية الحاجات المطلوبة من النظام سريعة جداً.
- **تحقيق وفرة في الدخل الاقتصادي**: ان عمليات التخزين في نظم المعلومات المعتمدة على الحاسبات الالكترونية، يمكن ان تحقق وفرة مالية كبيرة عند مقارنتها بالعامل اليدوي.
- **قدرة اعتمادية عالية**: يوفر النظام قدرة اعتمادية عالية، عندما يصمم وفق منهجية واضحة، ورغبة في إنشاء نظام معلومات هدفه الوحيد خدمة الباحثين ورجال العلم وصانعي القرار، مما يكسب هذا النظام ثقة المستخدم، الذي سوف يعول عليه كثيراً في تزويده بالمعلومات والبيانات التي يحتاجها بكلفة أقل ودقة عالية.
- **تحقيق تكاملية وإتاحة إمكانية البحث متعدد المداخل**: ان البحث متعدد المداخل يصعب تحقيقه في نظم المعلومات اليدوية التقليدية، على الرغم من ان اعتماد النظم اليدوية يزيد من زمن الانجاز بشكل كبير.
- **ضبط التكاملية بين مختلف وسائط المعلومات**: ان هذه الميزة تتطلب اللجوء إلى إيجاد شكل ثلاثي في بنية النظام، عن طريق استخدام الحاسب والمايكرو فيلم والوثائق الورقية، بما يحقق التكامل بين هذه الوسائل التقنية.

معالجة المعلومات في النظم.

المعلومات هي: ناتج تشغيل ومعالجة البيانات، التي في ضوئها تتخذ القرارات وتحل المشكلات البحثية.

تجدر الإشارة إلى ان البيانات عند العاملين في المنشأة مجرد أرقام إحصائية مجردة ،لا قيمة لها عندما تكون مادة خام، ولكن عندما تتم معالجتها بعمليات إحصائية ذات

مدلولات علمية، تتحول إلى معلومات ذات قيمة كبيرة، يمكن استخدامها لإجراء دراسات علمية لحل العديد من المشكلات ، عن طريق استنباط نتائج بمدلولات إحصائية منتظمة، يمكن ان تجيب عن العديد من التساؤلات للباحثين وصناع القرار .

تطوير نظم المعلومات:

كل نظام في الكون له دورة حياة تبدأ من تاريخ قيامه كنظام في الخدمة يؤدي وظائف معينة، وتنتهي بمدة زمنية محددة، يصبح فيها هذا النظام عاجزاً عن أداء وظائفه، شأنه في ذلك شأن جميع الكائنات الحية ،التي تعيش دورة حياة خلال فترات زمنية محددة، وهذه الحالة تتطلب إجراء تحديث أو تطوير في بنية النظام عندما يفقد القدرة على أداء وظائفه المعتادة، وتتم عمليات التحديث عليه وفقاً لدراسات وأبحاث تقوم على مراحل متعددة يمكن إيجازها بالاتي: -

المرحلة الأولى: الدراسة المبدئية، وتقوم على الإجراءات الآتية:

أ- تشخيص المشكلة وصياغتها، وتحديد إطارها بدقة، وبيان أسبابها .

ب- وضع افتراضات احتمالية للحل.

ت- إجراء دراسة جدوى .

ث- تقديم تقرير مفصل إلى الإدارة العليا لاتخاذ القرار المناسب .

المرحلة الثانية: تسمى مرحلة تحليل النظام وتحديد متطلباته، أو ما يسمى بالدراسة الشاملة وجمع الحقائق، إذ تتم هذه العملية عن طريق القيام بالأنشطة الآتية: -

أ- توفير الاحتياجات والمتطلبات.

ب- تقديم تصور شامل حول الحلول الأنسب للمشكلة .

ت- تقديم تقرير مفصل للإدارة العليا لاتخاذ القرار المناسب، وغالباً ما ينحى القرار نحو ثلاث احتمالات رئيسية: -

- استمرار العمل بالمشروع .
- مراجعة المشروع وإعادة النظر فيه .
- إلغاء المشروع والتفكير بطرح بدائل مناسبة .

المرحلة الثالثة: إجراء دراسة جدوى للمشروع في حالة اتخاذ قرار الاستمرار به من قبل الإدارة العليا .

المرحلة الرابعة: تصميم النظام وتحديد مواصفاته المقترحة على ان تكون وفقاً للاتي: -

أ- مراجعة التقارير والدراسات السابقة.

ب- إعداد التصميم الملائم للنظام.

ت- تقدير الكلفة إعداد تقرير يتم عرضه على الإدارة العليا لاتخاذ القرار المناسب.

المرحلة الخامسة: تقديم العروض وتشتمل على الإجراءات الآتية: -

أ- مراجعة التصميم.

ب- إعداد كراسة المواصفات.

ت- فحص العروض وتقييمها .

ث- إعداد تقرير بالعرض المناسب للإدارة العليا .

المرحلة السادسة: تسمى بمرحلة التنفيذ وتشتمل على الإجراءات الآتية: -

أ- وضع الخطة موضع التنفيذ.

ب- اختيار البرامج المناسبة للخطة .

ت- التحول أو الانتقال إلى النظام الجديد

ث- مراجعة التشغيل والمعالجة

ج- إصدار تقارير المتابعة .

المهام الإستراتيجية للدولة ، لإقامة شبكة وطنية للاتصال والمعلوماتية :

شبكة المعلومات بمثابة الجهاز الدموي لجسم الإنسان ، إذ ليس بإمكان المجتمع الحديث ان يؤدي وظائف حضارية من دون شبكة معلومات وطنية مدعمة بأحدث التقنيات، ان شبكة المعلومات الوطنية تستند إلى نوعين من قنوات الاتصال:-

أ- قنوات للاتصال الشخصي وما تتطلبه من إعداد وتأهيل .

ب- قنوات للاتصال الجماهيري وما تتطلبه من تقنيات عالية الجودة.

ولابد لشبكة المعلومات الوطنية ان تكون شاملة تغطي الخارطة الجغرافية للمجتمع، على ان تشرف عليها أجهزة وطنية معدة علمياً وتقنياً وفنياً وسياسياً تدير الشبكة بكفاءة عالية وأمانة وموضوعية، تكون لها القدرة على حماية المجتمع من المعلومات الضارة، فالشبكة الوطنية للمعلومات من مهام الدولة وعلى الدولة ان تقوم بالمهام الآتية[17]:

أ- التخطيط العلمي لتطوير شبكة المعلومات وقنواتها الاتصالية، من خلال وضع الخطط الشاملة لتنفيذ أنظمة المعلومات والمشروعات التقنية والفنية والتعليمية .

ب- التنسيق بين مراكز الأبحاث ومراكز التوثيق والخدمات المكتبية، لتجنب التكرار ،والقيام بالتطوير وتفعيل التعاون بين مختلف المؤسسات.

ت- القيام بالأنشطة الاستشارية ،عن طريق تقديم الاستشارة للأجهزة الحكومية بكل ما يتصل بخدمات المعلومات وتحديث تقنياتها وتنشيط برامج التدريب والتأهيل.

مكونات شبكة المعلومات الوطنية

تتكون شبكة المعلومات من العناصر الآتية:-

1- الهيكل التنظيمي: يتولى المهام المالية والإدارية والقانونية، فضلاً عن التخطيط ووضع الاستراتيجيات.

2- تحديد النقاط المحورية بما يكفل توزيع الأدوار والاختصاصات والتوزيع الجغرافي المتوازن للخدمة .

3- التعرف على مستويات الخدمات التي تقدمها الشبكة للمستفيدين، بما يكفل تلبية الاحتياجات وتوزيع الخدمات على النقاط المحورية .

4- التعرف على المجموعات الأساسية من المستفيدين داخل الشبكة لتسهيل خدمتهم.

5- وضع نظام مرن للاتصال ،يوفر إمكانية الحوار والقدرة على حمل الرسائل والوثائق إلى المستفيدين .

6- الترميز: عن طريق وضع الرموز والإشارات المعيارية التي تحقق التفاهم المشترك للعاملين في الشبكة والمستفيدين .

7- فتح سجل يتيح إمكانية التعرف على أماكن المواد المطلوبة على الشبكة

8- إمكانية التحويل: بما يكفل الالتقاء والتفاهم داخل الشبكة والتعامل والتكامل مع الشبكات الأخرى .

9- وضع معايير للتقييم والتعديل بما يحقق فعالية الوظائف المختلفة.

10-إعداد برامج للتدريب لتوجيه المستفيدين والمسئولين عن تشغيل الشبكة وفقاً لنظام المعلومات المطبق، والتوعية بالخطط الإستراتيجية والإجراءات التنفيذية .

ملخص البحث

يمكن وصف الاتصال بالجهاز العصبي للمجتمعات الإنسانية المعاصرة، إذ لا يمكن للمجتمعات البشرية الاتصال والتواصل فيما بينها من دون شبكة اتصال ومواصلات متطورة قادرة على إستيعاب أنشطة المجتمعات الحديثة .

لذلك فان التطورات التقنية الحديثة في مجال الاتصال والمعلوماتية، شكلت المحور الذي تدور حوله عمليات التحول إلى مجتمعات الاتصال والمعلوماتية، إلا ان الدخول إلى مجتمع الاتصال والمعلومات، لم يكن ممكنا من دون الالتقاء والتفاعل بين كل من: الاتصال والإعلام والمعلوماتية، سيما وان التطورات التي حصلت في مجتمع المعلومات شملت مجالات النشاط الإنساني كافة. وكان من نتائج تلك التطورات، تحول إنتاج المعرفة إلى صناعة واسعة ومتشعبة، كان من أبرز مظاهرها إختفاء الخصوصيات وطغيان البعد الدولي على مخرجات وسائل الاتصال والمعلوماتية.

ان أهم ما تجدر الإشارة إليه في هذا المجال: ان هناك علاقة وثيقة بين البيئة الاجتماعية والبيئة التقنية، مما يفرض على القائمين بإدارة التقنية في المجتمعات العربية، مراعاة تكييف البيئة التقنية وفقا للمعايير والقوانين التي تفرضها البيئة الاجتماعية، لأن البيئة الصناعية هي من نتاج البيئة الاجتماعية .

ووفقا لهذه الرؤية ينبغي للمجتمعات العربية أن لا تقدم الحسابات التقنية على الحسابات البشرية، وأن لا تجعل الإنسان في خدمة الآلة، لان مثل تلك الحسابات سوف تحدث أضراراً بالغة بحقوق الإنسان، وتؤدي إلى تفكك النظم القيمية، التي تقوم عليها المجتمعات العربية والإسلامية، خاصة وان مجتمعاتنا لم تستعد بعد لوضع إستراتيجيات وطنية لدخول مجتمع الاتصال المعلوماتية، وإذا ما قررت الدخول إلى مرحلة التحول: فلابد أن تعتمد المدخل الاجتماعي أساساً لإنجاح برامج التحول والانتقال إلى مجتمعات الاتصال والمعلوماتية، لأن هذا النوع من المجتمعات مازال مقتصراً على بعض المجتمعات الصناعية المتقدمة، التي اعتمدت المدخل الاقتصادي أساساً لقبول تلك التحولات.

لذلك يمكن وصف اقتصاد المعرفة اليوم بأنه مازال مقتصراً على الدول الصناعية الكبرى، أما الدول النامية، فإنها تتعرض للانعكاسات السلبية الضارة لتلك التحولات، كونها تعاني العزلة وعدم تعاون الدول الصناعية معها للاستفادة من المعطيات الايجابية للثورة التقنية الحديثة.

ان التحول إلى اقتصاد الاتصال والمعلومات والمعرفة طريق محفوف بالمخاطر عندما يتعلق الأمر بالمجتمعات العربية، وذلك لأنه على الرغم من أهمية استخدام المجتمعات العربية للتقنية، إلا أن الاستخدام التقني غير المخطط على الابعاد الاجتماعية، سيواجه العديد من المشكلات والمتاعب، التي يمكن أن تضر بالنظام القيمي العربي، الذي يستمد مقوماته من العقيدة الاسلامية، وما يترتب عليها من سلوكيات وآثار اجتماعية تتطلب القيام بالإجراءات الآتية:-

1- ينبغي لكل مجتمع عربي ان يكيّف التقنية لنظامه الاجتماعي بدلاً من أن يكيف نظامه الاجتماعي للتقنية.

2- ضرورة وضع إستراتيجية وطنية لمواكبة التطورات التقنية واستيعابها .

3- ان الحتمية التقنية تتطلب تبني أساليب النظم التقنية للمعلومات، لأنها أهم شرط من شروط التحول إلى مجتمع الاتصال والمعلوماتية .

4- ان التحول إلى مجتمع الاتصال والمعلوماتية، يتطلب اغتماد استراتيجيات اتصال وتواصل اجتماعي، فضلاً عن اعتماد أسلوب النظم في الإعلام و التعليم، لأن هذا الأسلوب يعد من مفاتيح الدخول إلى مجتمعات الاتصال والمعلوماتية الحديثة .

الهوامش والمراجع

1- د. مصطفى حميد الطائي، العرب وإجادة استثمار الأدوار المتعارضة لوسائل الإعلام والمعلوماتية، بحث علمي منشور، مجلة المؤتمر العلمي الأول للعلوم الإنسانية (نحو تجذير العلوم الإنسانية) ،جامعة السابع من ابريل، كلية الآداب الزاوية ،المنعقد للفترة من 21-2009/4/23، ليبيا، 2009، ص3- 4.

2- د. يوسف أبو بكر، المكتبات دراسة للواقع وخطة للمستقبل، طرابلس، أكاديمية الدراسات العليا، 2006، ص118.

3- ملفين ل. ديفلير ساندرا بول- روكيتش. (من دون تاريخ). *نظريات وسائل الاعلام*. القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ص277.

4-Joseph N. peloton, global talk: the marriage of the computer, world communication and man, Brighton, Sussex: the harwester press, 1981m و p166 .

5- د. يونس عزيز، التقنية وادارة المعلومات، ليبيا- بنغازي، جامعة قار يونس، 1994، ص54.

6- د. مصطفى حميد الطائي، العرب وإجادة استثمار الأدوار المتعارضة لوسائل الإعلام والمعلوماتية، مصدر سابق، ص15- 16.

7- المصدر السابق نفسه، ص12.

8- د. مصطفى حميد الطائي، التقنيات الإذاعية والتلفازية وأهميتها التطبيقية في التعليم والتعلم، الإسكندرية، دار الوفاء، 2009، ص117- 141.

9- د. عبد الحافظ سلامة، خدمات المعلومات وتنمية المقتنيات المكتبية، عمان: دار الفكر للطباعة والنشر، 1997، ص12.

10- اسامة الخولي، تكنولوجيا المعلومات بين التهويل والتهوين. مجلة المستقبل، اكتوبر، 2000، ص 111.

11- د. مصطفى حميد الطائي، العرب وإجادة استثمار الأدوار المتعارضة للإعلام والمعلوماتية، مصدر سابق، ص11- 12.

12- - د. يونس عزيز، التقنية وادارة المعلومات، مصدر سابق.ص122

13- د. محمد نبهان سويلم، نظم المعلومات. القاهرة: المكتبة الاكاديمية ،1996ص15.

14- المصدر السابق نفسه ،ص19

15- د. مصطفى حميد الطائي، التقنيات الإذاعية والتلفازية وأهميتها التطبيقية في التعليم والتعلم، مصدر سابق، ص128.

16- المصدر السابق نفسه، ص128- 129.

17- المصدر نفسه، ص129- 130.

أزمة تشكيل الحكومة العراقية

في

الصحف الالكترونية العربية

. دراسة تحليلية لأخبار الصفحة الأولى

لصحيفتي الحياة اللندنية والاتحاد الإماراتية

حنين سعد سلمان المشهداني

قسم الإعلام –جامعة تكريت

المقدمة

لم تتشكل الحكومة العراقية إلا بعد مضي فترة طويلة مما أسفر عن أزمة سياسية حادة بدأت ملامحها تظهر منذ اليوم الأول بعد إجراء انتخابات مجلس النواب العراقي عام 2010، نتيجة الصراع السياسي بين الكتل والقوى السياسية العراقية وعلى وجه التحديد بين ائتلاف دولة القانون والقائمة العراقية من أجل الحصول على منصب رئاسة الوزراء من دون تقديم برنامج سياسي وطني ورؤية وطنية واضحة لكيفية قيادة العراق في مرحلة الأربع سنوات القادمة. وقد بقيت عملية تشكيل الحكومة الشغل الشاغل لاهتمام السياسيين والمواطنين طيلة الأشهر التسعة التي تلت الانتخابات، ورغم أن القادة توافقوا على تشكيل هذه الحكومة إلا ان ثمنها كان باهظاً، من كافة النواحي، حيث ضيع البرلمان فصلاً تشريعياً كاملاً وبقي معطلاً ،كما أن العديد من المشاريع الاقتصادية تعطلت وتوقفت الى انتهاء أزمة تشكيل الحكومة، لكن المواطن العراقي البسيط المتشبث بالأمل يردد مع نفسه الحكمة القائلة (إن تأتِ متأخراً خير من أن لا تأتِ أبداً) .

لقد كانت أزمة تشكيل الحكومة العراقية أزمة سياسية حقيقية فتحت الباب لتدخل دول الجوار في الشأن العراقي الداخلي بشكل علني وصريح، ليست بدافع مساعدة الشعب العراقي وإخراجه من أزمته السياسية، وإنما بهدف تمرير أجنداتها الخاصة وإيصال القوى السياسية العراقية الموالية لها الى دفة الحكم للحفاظ على مصالحها القومية وتعزيز دورها الإقليمي في المنطقة على حساب الشعب العراقي. صحيح أن عدم وجود الأمن والاستقرار في العراق له تداعيات سلبية على دول الجوار، لكن مسألة توفير الأمن والاستقرار في البلد هي من أولويات الساسة العراقيين قبل وصايا دول الجوار وتعتبر واجباً وطنياً ملحاً. وبالتالي أن مسألة تشكيل الحكومة هي قضية عراقية داخلية بحتة. وكان هناك خياران أمام ائتلاف دولة القانون والقائمة العراقية لاحتواء الأزمة السياسية التي يمر بها البلد، أما الإيمان بثقافة الديمقراطية الحقيقية بوجود السلطة الحاكمة والمعارضة في شكل الدولة الحضارية، وبالتالي إعطاء الفرصة وفسح المجال أمام القائمة الفائزة في الانتخابات أو الكتلة البرلمانية الأكبر لتشكل الحكومة، استناداً الى الدستور وقرارات المحكمة الاتحادية حول تفسير بنود الدستور حول أحقية القائمة التي تشكل الحكومة، بالإضافة الى الأيمان عملاً وقولاً وفعلاً بثقافة التداول السلمي للسلطة وفق الاستحقاق

الانتخابي. وأما الجلوس على طاولة المفاوضات والاتفاق على برنامج وطني لتشكل القاعدة الأساسية لتكوين حكومة شراكة وطنية حقيقية بين جميع المكونات العراقية والقوائم الفائزة في الانتخابات مع تداول منصب رئاسة الوزراء بين ائتلاف دولة القانون والقائمة العراقية، أو الاتفاق على أية شخصية عراقية لتولي منصب رئاسة الوزراء تحظى بتأييد جميع الأطراف .

وتأتي أهمية دراسة أزمة تشكيل الحكومة العراقية في الأخبار التي تناولتها الصحافة العربية من أهمية معرفة اتجاهات تلك الصحافة وأهمية التنبيه في تأثيرها على واقع ومستقبل العملية السياسية في العراق حيث كشفت تلك الأزمة الكثير من المستور عن حقيقة ما تخفيه البعض من القوى السياسية الفائزة في انتخابات 2010 من النوايا الحزبية والمذهبية والشخصية بعيداً عن العملية الديمقراطية في العراق الجديد الأمر الذي جعل تلك الأزمة تكون محوراً أساسياً من محاور الاهتمام بالشأن العراقي خاصة في صحف عينة البحث وهي صحيفة الحياة اللندنية وصحيفة الاتحاد الإماراتية.

يتضمن هذا البحث ثلاثة مباحث، ضم المبحث الأول الإطار المنهجي للبحث الذي تناول ((مشكلة البحث والحاجة اليه، أهمية البحث، أهداف البحث، مجالات البحث، منهج البحث، إجراءات تحليل المضمون، الدراسات السابقة، مصطلحات البحث)).

أما المبحث الثاني فقد تناول الصحافة الالكترونية العربية ،وقد تضمن المبحث ((مفهوم الصحافة الالكترونية، نبذة عن الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مضمون الصحف الالكترونية العربية، أنواع الصحف الالكترونية العربية، وظائف الصحافة الالكترونية العربية، مزايا الصحافة الالكترونية العربية، الكتابة في الصحافة الالكترونية العربية، صحيفة (الحياة) اللندنية، صحيفة (الاتحاد) الإماراتية)).

أما المبحث الثالث فقد تناول نتائج الدراسة التحليلية لمضمون أخبار أزمة تشكيل الحكومة العراقية بعد انتخابات عام 2010 في صحيفة الحياة اللندنية والاتحاد الإماراتية، وتضمن أيضاً تفسير نتائج التحليل.

المبحث الأول

الإطار المنهجي للبحث

مشكلة البحث:

يتفق علماء المنهجية على أن (مشكلة البحث تعد شرطاً مسبقاً للقيام بالبحث العلمي، وهو الأساس الذي يتم الانطلاق منه) [1]. ولتحديد المشكلة العلمية هناك خطوات مهمة لهذا التحديد تتمثل بحسب رأي علماء المنهجية فيما يأتي [2]:

1. الإحساس بالمشكلة العلمية .
2. تحليل المشكلة العلمية: وتشمل عملية التحليل بشكل عام تجزئة عناصر المشكلة في إطارها العام وعزلها عن بعضها، وإعادة النظر الى كل عنصر في صورته الجزئية، وفي علاقته مع العناصر الأخرى ثم إعادة تركيب هذه العناصر في شكلها النهائي القابل للتطبيق.
3. تقويم المشكلة العلمية: حيث لا تقف جهود الباحثة في مرحلة تحديد المشكلة على تحليلها وتجميع الحقائق حولها وزيادة التعمق في أبعادها وإنما الهدف هو تقديم تفسيرات خاصة لها. وهنالك مجموعة من العوامل التي دفعت الباحثة لاختيار المشكلة ومعرفة أبعادها والوقوف عليها، بعضها يتصل بطبيعة البحث والبعض الآخر يتصل بالإمكانات اللازمة له واهتمامات الباحثة، ومن المعايير التي تتصل بطبيعة البحث تأتي جدة البحث التي تعد من ابرز سمات البحث[3] فهو بحث جديد في طريقة معالجته وطبيعة تناوله واختيار العينة واستخدام فئات غير مستخدمة مسبقاً، وطرح جوانب لم يجرِ طرحها تتعلق بموضوع جديد لم يدرس وهو أزمة تشكيل الحكومة العراقية في الصحافة الالكترونية العربية لعام 2010 ،كذلك يأتي إحساس الباحثة بأهمية الموضوع وماله من انعكاسات مهمة على مستقبل تشكيل الوعي السياسي للمواطن العربي بشكل عام والعراقي بشكل خاص بشأن الأزمات التي تتزامن مع كل دورة انتخابية للبرلمان العراقي عموماً. ومن المعايير الأخرى التي دفعت الباحثة لاختيار المشكلة تتصل بمدى توفر الإمكانات اللازمة لتنفيذ البحث وتتمثل في توفر المعلومات والبيانات اللازمة للبحث من مصادر ومراجع خاصة، وحرص الباحثة على حداثة

المصادر كذلك تمكن الباحثة من جمع مجتمع البحث المتمثل بجمع الأخبار المتعلقة بتلك الأزمة في صحف العينة منذ اليوم الأول لتفجرها في 2010/3/8 وحتى نهايتها في 2010/11/11.

والحاجة لهذا البحث قائمة لدراسة ((أزمة تشكيل الحكومة العراقية)) لكونها من اعقد الأزمات التي مرت على تاريخ العراق السياسي خلال عام 2010.

أهمية البحث:

تفتقر المكتبة العربية إلى دراسات تتسم بالشمول حول التناول الإعلامي العربي لازمة تشكيل الحكومة العراقية التي ظهرت بعد الانتخابات العراقية التي جرت في السابع من آذار عام 2010. ولعل جانباً من أهمية هذا البحث يكمن في تطلعه إلى إكمال بعض ذلك النقص، وتقديم دراسة حديثه حول هذا الموضوع. فكثير من السياسيين والإعلاميين والباحثين يتطلعون لمعرفة المزيد عن الكيفية التي تناولتها الصحافة العربية لتلك الأزمة. وجانب آخر من جوانب أهمية هذا البحث يتمثل في أهمية معرفة المضامين والاتجاهات التي تضمنتها الأخبار المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية في كبريات الصحف العربية ومنها صحيفة الحياة الصادرة في المملكة المتحدة وصحيفة الإتحاد الصادرة في دولة الإمارات العربية المتحدة. كما تأتي أهمية هذا البحث من خلال تطلعه إلى فهم أفضل في الاتجاه إلى مستقبل أفضل للعراق حيث أنَّ الرجوع إلى أخبار أزمة تشكيل الحكومة العراقية في الصحافة العربية في هذا البحث أُريد به البحث عن الحاضر والمستقبل من خلال تحديد اتجاهات الأخبار المتعلقة بهذه الأزمة في الصحافة العربية .

ولابد لنا من الإشارة إلى أهمية هذا البحث من خلال اعتماده على نظرية (التفاعل الرمزي) والتي تركز على الاتجاه والمعنى والرموز المتبادلة بين الأفراد، التي يتم في إطارها التفاعل والتفاهم، وتأتي اللغة في مقدمة قنوات التفاعل الرمزي [1].

أهداف البحث:

يفضل كثير من المختصين في مناهج البحث العلمي تقسيم أهمية البحث والغرض منه إلى قسمين: الأول يسمى الهدف العلمي وتكون رغبة الباحثة هنا مجرد التوصل الى المعرفة العلمية فحسب، أي الرغبة في إثراء المعرفة وإشباع الفضول العلمي والهدف الآخر

للبحث هو ما يسمى الهدف العلمي أو التطبيقي بمعنى ان الهدف الرئيس في اجراء البحث هو استخدام نتائجه وتطبيقاته للوصول الى حل المشكلة التي قامت الباحثة بدراستها .

ويحدد علماء المنهجية أهداف البحث بأربعة أهداف رئيسة يمكن للباحثة تطبيقها على بحثها حول أزمة تشكيل الحكومة كما يأتي [2]:

1. اكتساب المعرفة بظاهرة ما او التوصل الى معرفة جديدة عن هذه الظاهرة .
2. تحديد تكرار حدوث شيء ما او التكرارات المرتبطة بشيء ما يصحب ذلك الاستعانة بفرض مبدئي محدد .
3. اختيار فرض ما عن علاقة سببية بين متغيرات معينة .
4. التصوير الدقيق لخصائص او سمات فرد ما او موقف او جماعة معينة.

وعلى أساس ما تقدم ترى الباحثة ان أهداف البحث تنطلق من أهمية الموضوع ويسعى البحث الى الإجابة عن سؤال مركزي مفاده: ما طبيعة اهتمامات صحف العينة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية التي حدثت بعد انتخابات مجلس النواب العراقي عام 2010 وتشخيص أهم الاتجاهات (الأفكار) التي تناولتها وركزت عليها صحيفتي (الحياة والاتحاد) أثناء تناولها لازمة تشكيل الحكومة العراقية عام 2010.

مجالات البحث:

يقصد بمجالات البحث الحيز الزماني والمكاني للبحث. وعلى هذا فقد كانت الأخبار المقدمة من الصحف الالكترونية (الحياة اللندنية والاتحاد الإماراتية) هي المجال المكاني على أساس إن الأخبار هي تقارير عن الأحداث تجيب عن أسئلة محددة هي (ماذا، ومن، ومتى، وكيف، وأين). وقد حرصت الباحثة على اختيار صحيفتي الحياة والاتحاد كعينة ممثلة للصحافة العربية انطلاقاً من توافر شرطين أساسيين الأول، أن تكون العينة ممثلة للمجتمع الذي سحبت منه بما يسهم في تعميم نتائج البحث عليه، والثاني أن تكون العينة كافية من حيث حجمها ومتوافقة مع الأهداف المحددة للبحث. كذلك يأتي هذا الاختيار من كونها صحف عربية الكترونية بالكامل ومن الصحف الرئيسية التي حازت على موقع مهم في الخريطة الإعلامية في الانترنت، واعتلت مسوحات الصحف العربية المميزة .

أما المجال الزماني للبحث فقد تحدد من خلال المدة الزمنية للدراسة والتي بدأت يوم بداية الأزمة في 2010/3/8 وحتى نهايتها في 2010/11/11. اختارت منها الباحثة عينة عشوائية منتظمة بأسلوب اختيار يوم من كل عشرة أيام متوالية وقد مثلت المدة 249 يوماً كحصر شامل للأخبار فيما مثل المجال الزماني للعينة العشوائية المنتظمة اختيار 26 يوماً من بين المدة الزمنية للبحث.

منهج البحث:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية[1] التي تعتمد على جمع البيانات وتصنيفها وتفسيرها وتحليلها تحليلاً شاملاً واستخلاص نتائج ودلالات معتمدة تؤدي الى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الظاهرة التي تقوم الباحثة بدراستها [2]. ومن اجل تحقيق أهداف البحث التي تهتم بوصف مضامين واتجاهات أخبار الصحف العربية المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية التي نشبت بعد الانتخابات العراقية التي جرت يوم 2010/3/7 وللخروج بنتائج تتلاءم مع أهداف البحث، اعتمدت الباحثة على أسلوب تحليل المضمون الذي يمكن تعريفه بأنه (مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى الى اكتشاف المعاني، الكامنة في المحتوى، والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني، عن طريق البحث الكمي، الموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى)[3] .

إجراءات تحليل المضمون

1. تحديد عينة البحث

تعرف العينة (بأنها ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علميه بحيث تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً)[1] ومن اجل الوصول الى نتائج دقيقه ونظراً لما تتطلبه طبيعة البحث فقد قامت الباحثة بإجراء حصر شامل لجميع مفردات مجتمع البحث. وقد تم استخدام العينة العشوائية المنتظمة للوصول الى نتائج اكثر دقة وعلمية، فهي من أنواع العينات الاحتمالية وفيها يتاح لكل مفردة أو وحدة أو حالة في المجتمع الكلي فرصة متساوية للاختيار ضمن العينة .[2]

2. تحديد وحدات التحليل

ان تحليل المضمون يسعى الى وصف عناصر المضمون وصفاً كميا لذلك يتم تقسيم هذا المضمون الى وحدات وفئات او عناصر معينة، حتى يمكن القيام بدراسة كل

عنصر او فئة منها وحساب التكرار الخاص بها[3] ويتطلب تحليل المضمون من الباحثة تحديد وحدات التحليل للمادة المراد تحليلها كمياً بالاستناد الى أسس موضوعية ومعايير تربط بين وحدات التحليل وطبيعة المادة- موضع التحليل ومضمونها ومحتواها وشكلها وكميتها[4]وتعرف وحدات التحليل بأنها (وحدات المحتوى التي يمكن اخضاعها للعد والقياس بسهولة ويعطي وجودها او غيابها وتكراراها أو ابرازها دلالات تفيد الباحثة في تفسير النتائج الكمية)[5] أي هي الوحدات التي يتم عليها العد والقياس وهذه الوحدات هي وحدة الكلمة **word** ووحدة الموضوع **Theme** ووحدة الشخصية **Character** ووحدة النشر الطبيعية ووحدة المساحة والزمن **Space and time** وقد وجدت الباحثة ان أكثر الوحدات ملائمة لموضوع البحث التي يمكن ان تعطي نتائج تتلاءم مع اهدافه هي وحدة الموضوع للتعرف من خلالها على الموضوعات التي تناولتها أزمة تشكيل الحكومة العراقية في الصحافة العربية وبالتحديد في صحيفتي (الحياة والاتحاد) .

3. **تحديد فئات التحليل**

الفئات هي مجموعة من التصنيفات تقوم الباحثة بإعدادها تبعاً لنوعية المضمون، ومحتوى وهدف التحليل لكي تستخدمها في وصف هذا المضمون وتصنيفه بنسبة تتسم بالموضوعية والشمول مما يتيح أمكانية التحليل واستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسور[1].

وستقوم الباحثة بتقسيم فئات التحليل بالاعتماد على (**فئات ماذا قيل في مادة الاتصال**)[2] لأخبار الصفحات الأولى في صحيفتي الحياة والاتحاد أي سوف تعتمد على استخراج فئات التحليل من خلال إجراء (تحليل بعدي) للمادة التي أخضعت للتحليل .

4. **وحدة العد والقياس:**

تعرف وحدة العد والقياس بأنها الأداة التي يتم من خلالها حساب تكرارات الفكرة التي تمثل الاتجاهات في المادة التي أخضعت للتحليل ويعرف التكرار بأنه عدد المرات التي تتكرر فيها ظاهرة او مشاهدة معينة وتستخدم مع التكرار النسبة المئوية لكل فئة والتي تبين نسبة كل فئة الى المجموع الكلي. [3]

5. **اختبار الصدق والثبات:**

لم تعمد الباحثة الى عمليات إحصائية معقدة ولاسيما ان هناك الكثير ممن يذهبون الى ضرورة عدم المغالاة في استخدام الأساليب الإحصائية المعقدة لتأكيد صدق التحليل وثباته. إذ أن الأسلوب الإحصائي ليس هدفاً في حد ذاته، بل هو أداة لتحقيق هدف ما، وطالما كانت هناك من

الأساليب الإحصائية ما يحقق الهدف [4] ولما كان الصدق يعني أن يقيس التحليل ما وضع لقياسه، لذا فان صدق التحليل يعني عدم تحيز الباحثة في تحليلها للمضمون، ولهذا حرصت الباحثة على أن تكون عملية التحليل مستندة الى قراءة متأنية للنص الأصلي، ووضع الاتجاه له اعتماداً على ما يوحي به ذلك النص، مما يجعل الصدق متحققاً .

أما الثبات فيعني الوصول الى النتائج نفسها عند إجراء التحليل باتباع القواعد نفسها والإجراءات مرة أخرى، ويمكن التوصل الى الثبات في تحليل المضمون عن طريق اتساق الباحثة مع نفسها عبر الزمن إذا طبقت فئات التحليل نفسها على مجتمع البحث نفسه بمدد متباعدة [5].

وتحقيقاً لهذا الغرض قامت الباحثة بإجراء التحليل مرتين يفصل بينهما (30) يوماً، وقد تبين توافق النتائج في الحالتين مما يؤكد ثبات التحليل. وقد تم استخراج معامل الاتفاق على تحديد الأفكار التي تتضمن اتجاهاً على تصنيف تلك الأفكار لتوحي الثبات.

وقد بلغ معامل الاتفاق على تحديد الأفكار في المحاولة الأولى والثانية للباحثة مع نفسها 95٪ [1].

الدراسات السابقة:

مع أن الأستاذ الدكتور شريف درويش اللبان أشار في كتابه (الصحافة الالكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع)[2]، إلى عشرات من البحوث حول الصحافة الالكترونية بشكل عام وفي شتى جوانبها الا ان الباحثة لم تحصل على أية دراسة مباشرة تناولت موضوع أزمة تشكيل الحكومة العراقية في الصحافة العربية فيما يخص الدراسات السابقة لكون هذا الموضوع حديث ولم يدرس علمياً لحد الآن باستثناء جهود محدودة لدراسات مجاورة تناولت موضوع الصحافة الالكترونية العربية نوجزها بما يأتي:

- عبد الامير مويت مشتت الفيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، دراسة فى الصحف الالكترونية (الجريدة، الباب، اتجاهات، ايلاف، سودانيل)[3]،: تعد هذه الدراسة رائدة في مجال الصحافة الالكترونية بشكل عام والصحافة الالكترونية العربية بشكل خاص، ومن البحث النظري و الدراسة التطبيقية أثبتت أن تقنيات الاتصال الجديدة لا تلغي وسائل الاتصال القديمة، بل أتاح التطور التقني في أساليب الاتصال فرصة الجمع والتخزين والاسترجاع والتجهيز والنشر والنقل رمزا واضحا لثورة المعلومات التى شهدها العالم فى الوقت الراهن، واتاح هذا النوع من الصحافة فرصة التعامل مع جمهور القراء، كجمهور متنوع وغير متجانس إذ يمكنها ارضاء مستويات مختلفة من اهتمامات الجمهور بقدر جمهور الصحيفة ذاتها

•.عبد الملك ردمان الدناني: الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت دراسة مسحية لمعرفة استخداماتها في مجال الإعلام[4]: استنتج الباحث أن الانترنت يلعب دورا لا يستهان به في عملية نقل وسائل الإعلام المقروءة، وفي توصيل المعلومات للرأي العام العربي والعالمي من مصادرها وتخاطب المواطنين مباشرة بلغتهم، وأثبتت إن هناك عائقا ماديا كبيرا في استخدام الانترنت بشكل واسع من قبل المواطنين .

مصطلحات البحث:

1..**الاتجاه**: يعرف بأنه (الاستعداد او الميل المكتسب الذي يظهر في سلوك الفرد، او الجماعة عندما تكون بصدد تقييم شيء او موضوع، ويشتمل على نوع من التقييم الايجابي او السلبي أو المحايد، وتظهر أهمية اتجاه القائم بالاتصال في تحديد مدى إيمان القائم بالاتصال بفكرة الموضوع واقتناعه بها وسريان هذه الانطباعات الى الجمهور) [2]. كذلك عرف الاتجاه باعتباره (ترابطاً واتساقاً بين عدد من الاستجابات ومجموعة مشابهة من المثيرات أو المواقف بحيث يمكن التنبؤ باحتمال صدور استجابة معينة إذا واجه الفرد موقفا أو منبها معيناً) [3].

2. **الأزمة**: تعرف الأزمة في قواميس اللغة ومنها مختار الصحاح فنجد ان مادة (أزَم) تعني القحط أو الشدة [4] وفي القاموس البريطاني تعرف بأنها وقت حاسم او خطر كبير تعتمد نتائجه على العواقب السلبية التي يسفر عنها[5]. وفي المنظور الإعلامي نجد إن الأزمة موقف يتسبب في جعل المنظمة (الاقتصادية والسياسية والاجتماعية ... الخ) محل اهتمام سلبي واسع النطاق في وسائل الإعلام المحلية والعالمية ومن جماعات أخرى كالمستهلكين والعاملين والسياسيين والنقابيين والتشريعيين [6].

المبحث الثاني

الصحافة الالكترونية العربية

مفهوم الصحافة الالكترونية :

أحدثت شبكة الانترنت ثورةً عارمةً في عالم الصحافة، فقد لجأت غالبيَّة الصحف العالميَّة إلى حجز مواقع لها على الشبكة لتقديم الصحيفة إلى القرّاء عبر شبكة الانترنت، وهذه التقنيَّة الجديدة تفرض على الصحف ضرورة الإبداع والابتكار والخروج عن المألوف، وهذا يعني أنَّ الشبكة فرضت منطلقاً جديداً غيَّر في ميدان صناعة الأخبار وتبادلها، فقد صارت تمتلك اليوم أكثر من 15000 صحيفة من مختلف أنحاء العالم، وانَّ ارتياد الشبكة متوافر في أكثر من 170 دولة ويشمل ملايين المشتركين في العالم[1].

لقد استفادت الصحف والمطبوعات من التقدم التكنولوجي الذي وفرته شبكة الانترنت لتحسين مضمونها وزيادة عدد قرائها على مستوى العالم، من خلال تغير طرق التوزيع بواسطة الشبكة وبمشاركة جهاز الحاسوب وهذه الطريقة تتميز بالسرعة العالية والانتشار الواسع .[2]وقد رافق الانتشار السريع للانترنت الفرصة والقدرة على نشر الأخبار والمعلومات من خلال هذه الوسيلة ،وهو ما عرف فيما بعد بالصحيفة الالكترونية التي تم تعريفها بالكثير من التعريفات من قبل الخبراء والعاملين في مجال الصحافة الالكترونية فمنهم من عرف الصحافة الالكترونية بأنها: هي التي تجمع مفهوم الصحافة ونظام الملفات المتتابعة أو المتسلسلة [3] فهي منشور الكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة او بموضوعات ذات طبيعة خاصة، ويتم قراءتها من خلال جهاز كمبيوتر وغالباً ما تكون متاحة عبر شبكة الانترنت. والصحيفة الالكترونية أحيانا تكون مرتبطة بصحيفة مطبوعة [4]. كذلك عرفها بعض الباحثين بأنها: الصحافة الممارسة في شبكة الانترنت،وهي تضم نشر الأخبار والتحليلات والحقائق والأحداث الجارية والتاريخية.[5] فيما عرفها آخرون بأنها: الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الانترنت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ او إصدارات الكترونية لصحف ورقية مطبوعة (Electronic Editions) أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية او

كجرائد ومجلات الكترونية ليست لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق (On Line News Paper) وهي تتضمن مزيجاً من الرسائل الإخبارية والقصص والمقالات والتعليقات والصور والخدمات المرجعية حيث يشير تعبير on line Journalism تحديداً في معظم الكتابات الأجنبية الى تلك الصحف او المجلات الالكترونية المستقلة اي التي ليس لها علاقة بشكل او بآخر بصحف ورقية مطبوعة [6].

ويسري تعبير الصحافة الالكترونية على كل أنواع الصحف الالكترونية العامة والمتخصصة التي تنشر عبر شبكة الانترنت أو غيرها من الخدمات التجارية الفورية طالما انها تبث على الشبكة بشكل دوري أو يتم تحديث مضمونها من يوم لآخر او من ساعة لاخرى أو من وقت لآخر حسب إمكانيات الجهة التي تتولى نشر الصحيفة عبر الشبكة. والصحافة الالكترونية هي عبارة عن تكامل تكنولوجي بين أجهزة الحاسبات الالكترونية وما تملكه من إمكانيات هائلة في تخزين وتنسيق وتبويب وتصنيف المعلومات واسترجاعها في ثوان معدودات،وبين التطور الهائل في وسائل الاتصالات الجماهيرية التي جعلت العالم قرية الكترونية صغيرة. [1] كذلك يمكن فهم الصحافة الالكترونية من خلال كونها التي تستخدم الانترنت كقناة لانتشارها بالكلمة والصورة الحية والصوت أحياناً وبالخبر المتغير آنيا .فيما يشير الدكتور محمود علم الدين[2] الى ان الصحافة الالكترونية هي: تلك الصحف التي يتم إصدارها على شبكة الانترنت وتكون كجريدة مطبوعة على شاشة الكومبيوتر وتشمل المتن والصورة والرسوم والصوت والصورة المتحركة، وقد تأخذ شكلا او اكثر من نفس الجريدة المطبوعة الورقية او موجز بأهم محتويات الجريدة الورقية او منابر ومساحات للرأي او خدمات مرجعية واتصالات مجتمعية.[3] وتمتاز الصحافة الالكترونية بكونها صحيفة لا ورقية يتم نشرها على شبكة الانترنت، ويقوم القارئ باستدعائها وتصفحها والبحث داخلها بالإضافة الى حفظ المادة التي يريدها منها وطبع ما يرغب في طباعته.[4] ومن الباحثين من عرف الصحافة الالكترونية بانها: موقع على الانترنت له معايير وسمات وخصائص الصحف الورقية من حيث التحديث الدوري للمواد والصور والرسوم ويقدم كافة قوالب العمل الصحفي بالإضافة الى قوالب أخرى تفرضها طبيعة الانترنت ويطبق منهجية العمل التفاعلي لمحتويات الموقع ،ويقوم بتنفيذه فريق عمل متمثل في رئيس التحرير ومحررين وصحفيين وخبراء في

الوسائط المتعددة ويمكن استدعائه ومعالجته إلكترونياً وقد يكون نسخة كربونية من صحيفة مطبوعة أو بوابة إخبارية وإعلامية وترفيهية ذات شخصية مستقلة.[5] والصحافة الالكترونية كتعبير او مصطلح يأتي ترجمة لأكثر من تعبير في الكتابات الأجنبية ([6])) مثل:

-Electronic News paper- Electronic Edition-On line Journalism
-Virtual News papers-Electronic Journalism

ولذا يشار الى الصحافة الالكترونية في الدراسات والكتابات العربية بمسميات عديدة أبرزها:

- الصحافة الفورية .
- النسخ الالكترونية.
- الصحافة الرقمية .

نبذة عن الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي

مع تطور المعلومات وتزايد مكانة الانترنت في عالم الاتصال بدأت دور النشر والمؤسسات الصحفية تسعى لتدشن لنفسها مواقع غير تقليدية في الصدور والانتشار على الانترنت، حدودها الفضاء الرحب لا البقعة الجغرافية المحدودة، في ظل مقولة رددها بيل جيتس تؤكد "ان مستقبل الصحافة المطبوعة يتمثل في استخدام الانترنت " وآمن البعض بهذه المقولة والبعض الآخر لم يقتنع والبعض يتخذ مواقف متذبذبة .[1] فمثلما حدث على المستوى العالمي من ولادة مواقع إخبارية إلكترونية، تمخضت المنطقة العربية عدة مواقع إخبارية الكترونية بعضها تصنع الخبر وتلك تكتفي بإعادة تصديره بعد التقاطه من الوكالات وشبكات التليفزيون والإذاعة، وأخرى تقوم بدور مكمل للدور الرئيسي للمحطات المتلفزة والجرائد المطبوعة وتلك التي تستقل بذاتها كلياً، أي التي لا تصدر إلا على الانترنت ولا يوجد لها امتداد أو أصل في الصحافة التقليدية .

وفي السنوات الماضية تزايد التواجد الإعلامي العربي على الشبكة المعلوماتية، فالعديد من الصحف العربية سواء كانت حكومية أو معارضة أصبح لها مواقع على شبكة الانترنت، بل ظهرت صحف الكترونية على الانترنت ويتم تحديثها على مدار الساعة دون وجود نسخ مطبوعة منها[2] . فمنذ منتصف التسعينات بدأت الصحف العربية تقتفي هذا الطريق، ففي 9 / سبتمبر من العام 1995 توافرت الصحيفة اليومية العربية

الالكترونية لأول مرة عبر شبكة الانترنت ،وهي صحيفة الشرق الأوسط على شكل صور. وكانت الصحيفة العربية الثانية التي توافرت على الانترنت هي صحيفة النهار اللبنانية التي أصدرت طبعة الكترونية يومية خاصة بالشبكة ابتداءاً من الأول من فبراير 1996 ثم تلتها جريدة الحياة والتي صدرت في الأول من يونيو عام 1996 وجريدة السفير في نهاية العام نفسه. [3] وانضمت الصحافة المصرية بعد ذلك الى الركب في16 فبراير عام 1997 حينما وضعت مؤسسة دار التحرير للطباعة والنشر نسخاً الكترونية من صحف الجمهورية والمساء والجازيت ومصر اليوم تلتها جريدة الشعب حيث صدرت نسختها الالكترونية منذ أول أكتوبر، ثم مؤسسة الاهرام التي بدأت بصحف الاهرام ويكلي في تموز 1998، ومجلة السياسة الدولية مترجمة الى اللغة الانجليزية ثم النسخة الالكترونية لجريدة الأهرام الصباحية التي بدأت في 5 أيلول 1998 [4] .

ويأتي تزايد انتشار الصحف العربية الالكترونية في وقت تواجه فيه الصحافة المطبوعة عدة تحديات منها: ارتفاع تكلفة إصدار الصحف، قلة عوائد التوزيع، تراجع الدخل الإعلامي، وجود جيل قديم تشبع بآليات صحفية سابقة أصبح من المحتم والضروري تطويرها.

لكن على الرغم من التزايد في انتشار الصحف العربية الالكترونية إلا ان منطقة الوطن العربي لم تحظ بالسعة التي تجعل من الصحافة الإلكترونية ظاهرة ملموسة ومؤثرة، حتى مع وجود العديد من المواقع الإلكترونية الصحفية او الشاملة مثل (اربيا اون لاين)، (بلانيت اربيا)، (مكتوب)، (اين)، (محيط)... ومواقع شاملة متخصصة اخرى[1] .

ويعود ذلك أساساً الى سوء البنية التحتية للاتصالات في اغلب الأقطار العربية، وبطء عملية التنمية وسوء الإدارة التقنية بشكل عام. لكن ذلك لا يلغي حقيقة وجود صحافة الكترونية عربية الان بنمطيتها، حيث اسست معظم الصحف العربية اليومية والأسبوعية مواقع لها على الشبكة، وفيها مواقع ذات اهمية معلوماتية شاملة مثل مواقع الصحف (البيان، الأهرام، الحياة، الاتحاد، النهار...)[2] وأيضاً يوجد العديد من الصحف اللاورقية (الصحف الالكترونية البحتة) أي التي ليس لها طبعات ورقية مثل (جريدة المراسل،جريدة إيلاف، مجلة بص وطل، جريدة مصر للمعلومات، جريدة العرب الالكترونية، صحيفة العصر الالكترونية وصحيفة شباب اونلاين) وغيرها من الصحف.[3]

ومن الجدير بالذكر ان أول جريدة إلكترونية عربية مصرية تم إعداد مادتها خصيصا للنشر الالكتروني هي((المراسل)) وقد بدأت في الصدور أسبوعياً منذ 12 أيلول 1997[4].

لقد اعتمدت أغلب الصحف الورقية على التقنيات الحديثة في تجاوز المشكلات التي كانت تعتبر من مشاكل التوزيع والرقابة، وذلك من خلال إنشاء وتصميم مواقع لها على شبكة الانترنت أضيف الى ذلك استخدام النشر الالكتروني في مجال الإعلام وبخاصة في الصحافة الالكترونية، وهذا ما فتح الباب أمام معرفة الأساليب والطرق المتنوعة في الإخراج الفني للمواقع الصحفية العربية التي تعنى بمجال الصحافة الالكترونية ليكون لها البعد في التنوع والمنافسة في ما بينها الى جانب وسائل الإعلام الأخرى .[5]
وتعتمد هذه الصحف في بثها للمادة الصحفية على تقنيات عدة متفاوتة ومختلفة، ولكن أيا من هذه التقنيات المستخدمة لم يرفع بالصحافة العربية الى مستوى الصحيفة الالكترونية المتكاملة على الرغم من توافر عدد من أنظمة البحث والاسترجاع المتوافقة مع اللغة العربية. [6].

مضمون الصحف الالكترونية العربية

تشير بعض الدراسات التي اجريت على الصحف الالكترونية العربية الى ما يأتي[7]:

1. تركز مواقع الصحف الالكترونية العربية على شبكة الانترنت على المضامين الإعلامية الجادة (السياسية والاقتصادية والعسكرية) على حساب المضامين الاعلامية الخفيفة مثل (الرياضة والفن والحوادث والتسلية). وتحرص هذه المواقع على إعطاء أولوية للأخبار والموضوعات السياسية في المقام الأول تليها الاخبار والموضوعات الاقتصادية ثم الموضوعات الاجتماعية. ويتفق هذا الاهتمام مع طبيعة الصحف العربية الورقية التي يغلب عليها الطابع السياسي كما يتفق مع السياسات التحريرية لهذه الصحف وطبيعة هذه المواقع باعتبارها امتداد للصحيفة المطبوعة وانعكاس لها.
2. تغلب الطبيعة المحلية على المضامين الخبرية المعروضة على موقع الصحف الالكترونية العربية. وفي هذا الاطار تحرص الصحف الالكترونية العربية على تأكيد الطابع القطري لها والتركيز على الاحداث المحلية التي تقع داخل الدولة التي تصدر منها،

وذلك على اعتبار أنها توجه الى القارئ القطري في الخارج بصفة أساسية بالإضافة إلى القراء العرب الذين لا يحصلون على أخبار الدولة بشكل كافي من وسائل الإعلام التقليدية ومواقع الصحف العربية والأجنبية الأخرى. وعلى هذا الأساس تتميز مواقع الصحف العربية على شبكة الانترنت بأنها ذات طبيعة محلية و لا تولي الشؤون الدولية اهتماماً كبيرا وتكاد تقصر المضامين الدولية التي تضعها على مواقعها على الأخبار الخفيفة والطريفة وبعض الأخبار العلمية والإنسانية.

3. يتضاءل الى حد كبير اهتمام مواقع الصحف العربية على الانترنت بمضامين التسلية والخدمات، حيث تكاد تختفي من هذه المواقع مضامين التسلية مثل أبواب الحظ والكلمات المتقاطعة وغيرها .

وتتعرض الصحافة الالكترونية في الوطن العربي الى بعض المصاعب والعقبات ومنها:- [1]

1. محدودية انتشار تقنية الانترنيت وتوزيعها غير المتكافئ في الوطن العربي.
2. ضآلة العاملين من المهنيين والتقنيين العاملين في هذا المجال، ويرجع ذلك الى أسباب عديدة.
3. النشر التلقائي للخبر من وكالات الأنباء او من المصادر الأخرى دون تمحيص بمضامين الخبر التي قد تكون غير دقيقة او غير منسجمة مع الرؤية العربية للأحداث والقضايا المختلفة ،وهو امر يعود الى إمكانيات البث السريع عبر الانترنيت الذي يغري بعض القائمين على هذه الصحف الى وضع هذه الأخبار على الشبكة دون مراجعة لمبدأ الفورية فتقع في خطأ عدم الدقة...وغيرها من المعوقات.

و يشير احد الباحثين الى مشاكل ومعوقات أخرى تواجه الصحافة الالكترونية في الوطن العربي وهي [2]:

1. قلة التمويل المادي .
2. قلة الإعلان في الصحف الالكترونية ومن ثم غياب العصب الرئيس لتمويل أية مؤسسة إعلامية خاصة.
3. عدم استخدام مواقع الصحف العربية لميزات الاعلام الالكتروني مثل تعدد الوسائط والتفاعل.
4. عدم مراعاة خصائص مستخدم الانترنيت وتفاعله مع جهاز الحاسوب او ما يطلق عليه بتفاعل الإنسان والحاسوب باستخدام أساليب جديدة في تحرير مواد وعرضها على الانترنيت بما يتناسب مع الوسيلة الإعلامية الجديدة.

5. غياب القوانين التي تنظم وتحكم العمل في مجال الإعلام الالكتروني .

والواقع يقر ان الصحافة الالكترونية العربية على الشبكة هي بداية مشروع في أطواره الأولى بالتواجد في الشبكة ،ولا يمكن للصحافة العربية الموجودة على شبكة الانترنت أن تزدهر ما لم تحقق أبسط الشروط التي تكفل انتشار الإنترنت للحد الذي يجعل الدور الصحفية يأملون بسوق واعد ، غير أن الوضع الراهن يعكس صعوبة للوصول إلى أهم متطلبات الاتصال بالشبكة التي تتلخص في خط هاتف وجهاز حاسوب، وهي مؤشر على ضعف تبني التقنية في المجتمعات العربية لعدد من الأسباب أهمها ضعف البنية الأساسية لشبكة الاتصالات وارتفاع نسبة الأمية التقنية بالإضافة إلى تواضع دخل الفرد العربي هذا من جهة [1] .

ومن جهة ثانية لا يمكن أن يكون هذا هو حال مواقع الصحف العربية وننتظر ازدياد أعداد المستخدمين العرب لكي تبدأ الدور الصحفية من حصد الأرباح من النشر الالكتروني، فقد لا يرغب المستخدمون قراءة الصحف الالكترونية بشكلها الحالي، وهنا تتضح ضرورة تحول الصحف الالكترونية الى بوابات إعلامية خدماتية شاملة مهيأة للتنافس في العالم الافتراضي تتمتع بحرية في طرح القضايا بعيداً عن القيود البيروقراطية والرقابة التقليدية بشتى أنواعها وليس معنى هذا عدم مراعاة ثوابتنا الدينية والوطنية.

ومن جهة ثالثة منافسة مصادر الاخبار من خارج المؤسسات الاعلامية الذين أسسوا مواقع اخبارية مجانية وبوابات أخرى. وما يميز هذه المواقع ان خدماتها لا تنحصر في تقديم آخر الأنباء وعلى مدار الساعة بل تقديم منتديات نقاشية ساخنة وأقسام للتسويق الالكتروني .كما ان هناك عددا من البوابات تعاقد مع كبريات الصحف والمجلات العربية والأجنبية لشراء مقالات ومواضيع لإعادة نشرها إضافة الى اعتمادها على وكالات الأنباء المعروفة وشبكة المراسلين الخاصة بها [2] .

ويطرح عمر حسين مدير تحرير موقع محيط مجموعة من التوصيات لتفعيل ودعم دور الصحافة الالكترونية العربية: [3]

1. تفعيل الوجود القانوني للصحافة الالكترونية بنقابة الصحفيين.
2. فتح جداول الانتساب لتسجيل المحررين بالصحافة الالكترونية أسوة بالصحافة الورقية .

3. توفير غطاء شرعي للنشر الالكتروني لتمكينه من مخاطبة العالم مع توفير الحماية اللازمة له.

4. وضع ميثاق شرفي خاص والعمل على الزام الصحفيين بهذا الميثاق.

5. عمل ورش لتعليم المحررين العاملين بالصحافة الالكترونية.

6. تكوين رابطة للعاملين في مجال الصحافة الالكترونية بالوطن العربي مع تبادل الخبرات .

7. فتح حوار مع الحكومات العربية ليتم التعامل مع الصحفيين الالكترونيين وصدور تراخيص منهم لتغطية الأنشطة العربية.

أنواع الصحف الالكترونية العربية

يمكن تقسيم الصحف الالكترونية العربية الى أربعة أنواع وفقاً للغة الانترنت المستخدمة كما يأتي: (1)

1. الصحف التي تستخدم نمط الصورة (النص المحمول): حيث يقتصر الأمر في بعض الصحف خاصة التي تقدم مادتها بنمط الصورة على مجموعة من الخدمات الإخبارية منقولة عن الصحيفة الورقية مثل أهم أخبار الصفحة الأولى وأهم الأخبار المحلية وأهم الأخبار العالمية بالإضافة الى بعض الأخبار الرياضية والفنية والاقتصادية. وبالتالي فان الصحيفة الالكترونية لا تتضمن كل المادة التي تحتويها الصحيفة الورقية رغم ان الخروج الى الانترنت يتيح للصحف الالكترونية ان تنشر على الشبكة كل المواد المنشورة في الصحيفة الورقية بل والإضافة اليها أيضاً.

2. الصحف التي تستخدم لغة(النص الفائق): وتضم هذه الفئة كل الصحف العربية الالكترونية الناطقة باللغتين الانكليزية والفرنسية لسهولة تقديمها بهذه اللغة ومن أمثلتها صحف الوطن والمجاهد الجزائريتين وجولف ديلي نيوز البحرينية و الايجيبشان جازيت المصرية وجوردون تايمز الأردنية وكويت تايمز الكويتية وديلي ستار اللبنانية .

3. كما تضم هذه الفئة عدداً من الصحف العربية الالكترونية الناطقة باللغة العربية مثل البيان الإماراتية والرياض السعودية والراية القطرية ومجموعة صحف الاهرام

وصحف دار التحرير وصحف أخبار اليوم المصرية والأيام البحرينية والنهار والأنوار اللبنانيتين. ويتيح استخدام هذا النمط للصحف العربية الالكترونية التي تستخدمه الاستفادة من الإمكانات التفاعلية والاتصالية المختلفة في الشبكة مثل خدمة الاتصال بالمحررين والبريد الالكتروني وإدارة حلقات النقاش بالإضافة الى خدمات البحث والتصويت والأرشيف وغيرها.

4. الصحف التي تجمع بين النص الفائق والنص المحمول: وهو اتجاه عالمي جديد تستخدمه الصحف الالكترونية الكبرى للاستفادة من مزايا النمطين وقد اتجهت بعض الصحف العربية الى استخدامه مثل صحف القدس العربي والأنوار والنهار.

وظائف الصحافة الالكترونية العربية :

تؤدي الصحافة الالكترونية العربية وظائف ومهام وخدمات متعددة ومتجددة ومتنوعة أبرزها: [1]

1. وظيفة الإعلام والإخبار .
2. وظيفة الشرح والتفسير.
3. وظيفة التوعية والتثقيف.
4. وظيفة الاندماج الاجتماعي .
5. وظيفة تقديم الخدمات.
6. وظيفة الترفيه والتسلية .
7. وظيفة الإعلان والتسويق.
8. وظيفة التوثيق والتأريخ .
9. الوظيفة الرقابية .

وهناك وظائف أخرى متعددة للصحافة الالكترونية العربية منها: [2]

- تدعيم المعايير الاجتماعية من قيم وتقاليد وأعراف وعادات وبخاصة الايجابي منها، والعمل على التخلص من الأعراف والتقاليد السلبية (الثأر، زواج الأقارب المبكر .. الخ)
- مراقبة البيئة وتقديم معلومات تساعد أفراد المجتمع على التكيف مع بيئاتهم ومساعدتهم في اتخاذ القرارات الخاصة بهم وبالمجتمع.

- التنشئة الاجتماعية وتقديم الخبرات والمعايير والمهارات التي يقدرها المجتمع.

مزايا الصحافة الالكترونية العربية:

رغم الصعوبات والمعوقات التي تعترض تطور وتقدم الصحافة الالكترونية إلا أن لها كثير من المميزات أبرزها(3):

1. امتلاك الكاتب والصحفي مساحة كبيرة لحرية التعبير عن أفكاره وآراءه .
2. إمكانية التواصل المباشر بين الكاتب والقارئ من خلال ما وفرتها الصحافة الإلكترونية من خدمات كتقييم المادة والكتابة مباشرة إلى الكاتب أو كتابة تعليق عن الموضوع او المقال المنشور في الصحيفة.
3. التكلفة المنخفضة لإنشاء الصحافة الإلكترونية وخاصة في ظل الارتفاع الكبير والمستمر لأسعار الورق على الصعيد العالمي وما يترتب عنها من جماهيرية الثقافة وانتشارها .
4. وجود سلسلة معقدة من الإجراءات الإدارية والأمنية بغرض الحصول على الإجازة من اجل إنشاء الصحافة الورقية على عكس الصحافة الالكترونية .
5. السرعة الكبيرة في نشر الخبر والمعلومة ومن ثم القدرة على متابعة الخبر وتعديله بوقت لا يتجاوز الزمن الفاصل بين الإصبع والزر الإلكتروني .
6. المساحة الكبيرة في الانتشار حيث تتمكن الصحافة الإلكترونية من أن تتجاوز الحدود السياسية والقومية وذلك لقدرتها على الانتشار الكوني من خلال الفضاء الإلكتروني .
7. توفر الصحافة الإلكترونية الأرشيف الإلكتروني والقدرة الكبيرة في البحث عن المفردة خلال ثواني معدودة .
8. امتلاك الصحافة الإلكترونية لعوامل جذب متعددة من خلال توفيرها أشكال متعددة للمتعة وإشباع عدة حواس في آن واحد (القراءة والمشاهدة والسماع).
9. دعمها للصحافة الورقية من خلال توفير فرص انتشار غير محدودة للصحافة الورقية .

10. توفيرها فرص ومجالات كبيرة للكتاب والصحفيين الشباب لتنمية قدراتهم الفنية والمهنية بما توفرها من إمكانيات كبيرة للنشر.

صحف العينة: صحيفة (الحياة اللندنية)

تأسست جريدة الحياة في 20 كانون الثاني (يناير) عام 1946 على يد الصحافي اللبناني المعروف كامل المروة وصدر العدد الأول منها في بيروت في 28 كانون الثاني (يناير) من العام ذاته [1] .

وكانت في بداية صدورها تباع بملغ زهيد وهي الصحيفة رقم 56 بين الصحف اليومية التي كانت تصدر في لبنان .بدأت الجريدة مشوارها في حجرة واحدة من حجرات جريدة النهار في سوق الطويلة القريب من مرفأ بيروت، وهو المكان ذاته الذي تصدر في جريدة النهار اللبنانية في الوقت الحالي واشرف على صدورها خمسة محررين وكان كامل المروة رئيس تحريرها سادسهم. ثم انتقلت إلى مبنى جديدة قريباً من منطقة السور وضم مؤسسها إليها مجموعة كبيرة من المحررين والكتاب والمراسلين ونجح في إرساء أركان صحيفته وحاول تطوير استقلالها مادياً من الإعلانات فاستعان بأحد كبار المختصين بالعمل الإعلاني في بغداد وهو (منير طقشي) الذي حظي بمنصب أول مدير للإعلانات في صحيفة الحياة.وكانت الحياة أول صحيفة عربية استخدمت آلة لاقطة خاصة بها للأنباء وهي أول صحيفة لبنانية تستخدم أسلوب الطباعة الملساء إذ صدر العدد الأول منها والمطبوع بهذه الطريقة في 17 نيسان عام 1964 بعدما استورد أصحابها مطبعة دواره تطبع بأربعة ألوان [1] .

وكانت الحياة من أوائل الصحف التي عينت مراسلين متمرسين في دول العالم في باكستان وتركيا والأمم المتحدة إلى جانب شبكة مراسلين داخل الوطن العربي في بداية الستينات من القرن الماضي ولكثرة تنوع مصادر أخبارها أقبل القراء على شرائها وكانت المملكة العربية السعودية من أفضل أسواق ترويج الصحيفة يليها العراق إذ كانت تصله 800 نسخة في عام 1963 ثم الأردن ألفين نسخة من العام ذاته أما في لبنان فكانت الصحيفة تبيع قرابة 8000 نسخة ويرى عدد من الباحثين أن هذه الأرقام كانت تتصدر مبيعات الصحف اللبنانية.

وفي عام 1966 اغتيل كامل مروة في بيروت ووجهت أصابع الاتهام إلى المخابرات المصرية آنذاك بسبب موقفه من نظام عبد الناصر وتوجهاته القومية لكن أنطوان عبد المسيح مدير تحرير الحياة في بيروت يؤكد أن قاتل المروة كان معروفاً وان القضية لم تتعدَ تصفية حسابات سياسية كان المروة أحد ضحاياها [2] .

تولت عائلة المروة إدارة مؤسسة الحياة التي كانت تشمل جريدة الحياة وصحيفة الديلي ستار التي تصدر باللغة الإنكليزية وتعرضت المؤسسة إلى ضائقة مالية فاضطرت إلى اقتراض مليون ليرة في عام 1969 (تقريباً 420 ألف دولار) وأنفقت الأموال على تحسين عدد من مرافقها وتم تسديد القرض عام 1975 وفق ما نصت عليه بنود العقد. وبعد اندلاع الحرب الأهلية في لبنان عام 1975 توقفت مجموعة من الصحف العربية في لبنان عن الصدور وكانت صحيفتا الحياة والديلي ستار من بين الصحف التي توقفت.

وفي عام 1988 استأنفت الحياة الصدور من جديد لكن هذه المرة صدرت في لندن بتمويل من الأمير خالد بن سلطان بن عبد العزيز واعتمدت على لجنة متميزة تضم خيرة الصحافيين اللبنانيين يزيد عددهم على مائة صحافي من بينهم مي كامل مروة نجل مؤسسها. وتعاقبت على رئاسة تحريرها ثلاثة من كبار الصحافيين أولهم جهاد الخازن ثم جورج سمعان أعقبه غسان شربل الذي عمل لسنوات طويلة في الصحيفة ثم رأس تحريرها منتصف عام 2004 حتى الآن .[3]

وبعد انتهاء الحرب الأهلية في لبنان فتحت الحياة مكتباً كبيراً لها في بيروت في عام 1990 وسعت الحياة إلى تطوير نفسها تدريجياً وارتفع عدد صفحاتها إلى 28 صفحة وفي عام 1991 صدرت عن دار الحياة مجلة أسبوعية سياسية تدعى الوسط تولى أنطوان عبد المسيح مدير تحرير صحيفة الحياة إدارة التحرير فيها وكانت الوسط تهتم بتغطية الأحداث الدولية والإقليمية في مجال السياسة وتعتمد الاتجاهات ذاتها التي اعتمدتها الحياة في تناول الإحداثوفي عام 2003 توقفت مجلة الوسط السياسية وتحولت إلى ملحق أسبوعي لصحيفة الحياة تصدر مع الصحيفة كل يوم اثنين من الأسبوع لكنها توقفت عن الصدور كملحق مع الصحيفة نهاية عام 2004 بعد إصدار طبعة السعودية، ويقول أنطوان عبد المسيح أن مسألة إصدار ملحق أسبوعي مع جريدة الحياة لم يكن منطقياً بعد أن زاد عدد صفحات الجريدة لاسيما في الطبعة السعودية التي وصل عدد صفحاتها إلى 40

صفحة فيما بقيت الطبعة الدولية تضم 24 صفحة ويتم تقليص صفحاتها إلى 20 صفحة في شهري تموز وآب من كل عام بسبب الأجازات السنوية.

تملك الحياة مكاتباً ومراسلين في غالبية بلدان العالم وتطبع في عدد من العواصم العربية والأجنبية ولديها طبعات دولية في لندن وفرانكفورت ونيويورك ودبي وبيروت ومصر والرياض وجدة والدمام والبحرين. وتوزع في عدد من العواصم العالمية من بينها دول أوربا والولايات المتحدة الاميركية وعدد كبير من الأقطار العربية وتبيع إصداراتها في 33 سوقاً عالمياً وتوزع 364،450 ألف نسخة في دول العالم المختلفة. ولديها بريد الكتروني يسمح للقراء بالإفادة من تغطية أخبار والتحليلات السياسية والاقتصادية إلى جانب تقديم خدمات أخرى مثل ترجمة النصوص والمقالات من والى اللغة الإنكليزيةبدأت الحياة باستخدام الألوان في الطباعة في عدد من صفحاتها في تموز عام 2005 مثل الصفحة الأولى والصفحة الأخيرة وصفحة شؤون الناس والصفحة الاقتصادية وغيرها. وبدأت حملة واسعة لتطوير الإعلانات في الصحيفة وأوكلت المهمة إلى الشركة الوطنية للتوزيع والنشر وهي إحدى أكبر شركات الدعاية والإعلان في العربية السعودية [1].

ويشير زهير قصيباتي مدير تحرير الحياة إلى وجود تداخل في العمل بين لندن وبيروت لكنه يقول إن دورة الإنتاج الكاملة تتم في لندن وبيروت والرياض، فالصفحة الأولى يتم تركيبها في لندن ويساهم مكتب بيروت في جزء منها، أما صفحة شؤون عربية وصفحات رأي وأفكار وملحق تيارات فيتم إنجازها في لندن، فيما تنجز صفحتي الرياضة يومياً في مكتب الرياض ويتم إنجاز باقي الصفحات في بيروت بما فيها الملاحق الأسبوعية.

وبالرغم من التشابه الكبير بين الطبعات الدولية جميعها للحياة باستثناء عدد من الأمور الفنية الصغيرة التي تصدر داخل الوطن العربي وتراجع هذه الأخبار إلى الصفحات الداخلية في الطبعات الأوربية إلا أن طبعة السعودية التي تم افتتاحها نهاية عام 2004 تختلف بشكل كبير عن باقي الطبعات الدولية،أولها عدد الصفحات التي تصل إلى 40 صفحة في الطبعة السعودية فيما لا تزيد عن 24 صفحة في باقي الطبعات الدولية فضلا عن الشكل الفني ومحتوى الصحيفة. وتبدو الطبعة السعودية وكأنها صحيفة داخل صحيفة إذ أنها تحوي مواد الطبعة الدولية للصحيفة جميعها إلى جانب 16 صفحة أخرى تتناول الشأن السعودي وتركز على الأخبار المحلية في المملكة سواء أكانت سياسية أم رياضية أم

اجتماعية أم غيرها، وهي تحتوي على مساحات أوسع من الإعلانات وتطبع صفحاتها جميعها بالألوان على العكس من الطبعة الدولية التي تستخدم الألوان في عدد محدود من الصفحات وتتسم باستخدامها ألوانا بارزة مثل اللون الأحمر والأزرق والبرتقالي وتُبقي على اسم الجريدة وشعارها بلونهما الأصلي (الأسود).

وفي عام 2001 وقعت الحياة تعاون اتفاق ثنائي مع الفضائية اللبنانية (L.B.C) وهي خطوة نادرة في وسائل الإعلام العربية وسمح التعاون الإخباري بين الطرفين للفضائية المذكورة بالإفادة من شبكة المراسلين الواسعة التي تملكها الحياة في الوطن العربي والعالم لاسيما فيما يتعلق بتغطية أحداث الشرق الأوسط (العراق وفلسطين).فيما استطاعت الحياة الحصول على الدعم المادي اللازم لتطوير الصحيفة عن طريق اقتسام الأرباح، وفي عام 2002 بدأت صحيفة الحياة حملة واسعة لاستقطاب الدماء الشابة للعمل في الصحيفة وتم تعيين مجموعة من الصحافيين الشباب في مكاتب بيروت والرياض إلى جانب مكتب بغداد الذي تم افتتاحه رسمياً في عام 2003 بعد أحداث العراق. وتقوم الصحيفة بأجراء تغييرات دورية على طبيعة الإخراج الفني للمواضيع إلى جانب إجراء تغييرات دورية على موقع الصحيفة على الانترنت وتبويب المعلومات بشكل يسهل على القارئ اختيار المادة التي يريد قراءتها في صفحات الحياة. وحاولت الحياة وضع أسس ومعايير خاصة للعمل فيها بجهود مؤسسيها وهم من خيرة الصحفيين الذين عملوا في صحيفة النهار مثل جميل المروة وجهاد الخازن وجورج سمعان وعبد الوهاب بدر خان،وخلقت الشراكة اللبنانية السعودية للصحيفة حالة من التوازن في سياستها الإخبارية وأولت الحياة الدولية اهتماماً كبيراً بالشأن العربي لاسيما فيما يتعلق بمنطقة الشرق الأوسط وهي المنطقة الساخنة في الوطن العربي[1].

صحيفة(الاتحاد)الإماراتية

تعود البداية في إصدار صحيفة الاتحاد الاماراتية حين فكرت دائرة الإعلام والسياحة في إمارة أبو ظبي بإصدار صحيفة تغطي أخبار النشاطات المختلفة للإمارة، وكانت هذه الفترة تشهد نشاطاً ملحوظاً للقيام بنوع من الاتحاد بين إمارات ساحل عُمان (الامارات المتصالحة) والامارات السبع إضافة الى قطر والبحرين، وقد اعتبر المسؤولون في دائرة الاعلام والسياحة أنها مناسبة جيدة لبدء نشاط صحفي في المنطقة يغطي أخبار هذا

الحدث التاريخي حيث صدر العدد الاول من صحيفة الاتحاد يوم الاثنين 20 تشرين الأول عام 1969 كصحيفة اسبوعية حكومية تصدر كل يوم خميس ، في 12 صفحة بالقطع النصفي (التابلويد) أي بحجم (41×28سم) ،وكانت الصحيفة تتبع دائرة الاعلام من حيث الادارة والدخل والانفاق عليها بوصفها صحيفة رسمية لابو ظبي وقد طبع من العدد الاول 500 نسخة ارتفع بعد ذلك الى 1000 نسخة ثم الى 5500 نسخة، وبدأت المسيرة وان كانت محدودة بسبب الطابع المحلي من الناحية الإخبارية بجانب المنافسة القوية للصحف المصرية واللبنانية والكويتية آنذاك، وكان التوزيع مجاناً مما كان يضفي عليها الصفة الرسمية[2].

واعتباراً من 22 كانون الثاني 1972 بدأت جريدة الاتحاد الإماراتية بالصدور يوميا [3].

كانت المادة الصحفية بجريدة الاتحاد في بداية الأمر تجمع وتحرر بجهد فردي إضافة الى الاستعانة بموظفي الدوائر الحكومية في جمع الاخبار وتغطية النشاطات الموجودة في أماكن عملهم وظل الاعتماد عليهم كصحفيين غير متفرغين حتى أوائل عام 1971 عندما تولى ستة أشخاص هذه المهمة بتكليف من دائرة الاعلام والسياحة.

وكانت ترسل المادة الصحفية بالبريد الى بيروت لتطبع هناك في المطبعة التجارية والصناعية، وتعاد النسخ الى أبو ظبي ثانية لتوزع خلال أربعة أو خمسة أيام على الدوائر الحكومية [1]. لذلك كانت مادتها لا تتميز بالحالية الخبرية، ثم ما لبث ان اصبحت تطبع في ابو ظبي في مطبعة نيتكو عام 1971، ثم مؤسسة ابو ظبي للطباعة والنشر (بن دسمال) في مطالع عام 1972، حينما تغير حجمها الى قطع الصحف العادي وبدأت بالصدور اليومي.. وأنشأت الاتحاد مطبعة خاصة أواخر عام 1978 ،وظلت الاتحاد تحت اشراف دائرة الاعلام والسياحة بقرار من رئيس الدائرة الشيخ (احمد بن حامد) وزير الاعلام آن ذاك، وشكل فيما بعد مجلس من الوزارة للاشراف عليها برئاسة (عبد الله الطائي) واستقدموا بدورهم للجريدة محررين من مصر وسكرتارية للتحرير (من دار الاخبار اليوم) وتولى فيما بعد مصطفى شردي (مصري الجنسية) رئاسة تحريرها حتى عام 1974 وكان مدير التحرير اسحق منصور (لبناني الجنسية) وظلت تصدر يومياً عدا يوم الجمعة.

وانفصلت الاتحاد بعد ذلك التاريخ عن وزارة الاعلام ادارياً ومالياً وشكل لها مجلس ادارة برئاسة وزير الاعلام وعضوية عدد من الوزراء والشخصيات المحلية.. وتولى رئاسة تحريرها خالد محمد احمد (مواطن من الجالية المصرية في دولة الامارات)[2].

وأصبحت الاتحاد منذ عام 1978 جريدة شبه رسمية تتلقى دعماً حكومياً يبلغ 30 مليون درهم سنوياً، وأصدرت في ذلك الوقت مطبوعات خاصة بها مثل مجلة للمرأة 1979، واخرى للطفل 1980 وتصدر كل أسبوع.

وقد اتخذت الاتحاد منذ عام 1988 مجموعة من الإجراءات من ضمنها استخدام احدث وسائل الاتصال وإصدار طبعات دولية لتوزيعها في الدول العربية، ونفذ مشروع الطبعة الدولية 20 حزيران 1988، وفي 1990 أضافت الى الطبعة الإقليمية طبعتين دوليتين في باريس ولندن[3].

تصدر جريدة الاتحاد اليوم بحلة متطورة تتضمن 32 صفحة منها عدة صفحات بالألوان. وفي مرحلة لاحقة، صدر ملحق (الاتحاد الرياضي) المؤلف من 16 صفحة تلاه ملحق (دنيا الاتحاد) وهو عبارة عن مجلة يومية فنية ثقافية منوعة من 16 صفحة أيضا.

ويسجل لجريدة الاتحاد استعمالها لتقنية نقل المواد الصحافية بواسطة الأقمار الصناعية للمرة الأولى في البلدان العربية في عام 1981 عندما أنشأت مطبعة ثانية في دبي لتطبع الجريدة في كل من أبو ظبي ودبي في الوقت نفسه وذلك للتغلب على مشاكل تأخر التوزيع في الإمارات الشمالية. واليوم تمتلك الاتحاد واحدة من أحدث المطابع في الشرق الأوسط وينعكس ذلك على نوعية الطباعة التي تضاهي بجودتها الصحف الأجنبيةّ.

ويعمل في الاتحاد اليوم ما يقارب المائة صحافي يتوزعون بين أبو ظبي ومكاتب في دبي والفجيرة ورأس الخيمة وسائر إمارات الدولة، إلى جانب مكاتب موزعة في بيروت والقاهرة ومراسلون في أنحاء العالم. ويعتمد الصحافيون في عملهم على أحدث التقنيات في غرفة أخبار مزودة بالأجهزة وآخر تقنيات التحرير، فقد اعتمدت "الاتحاد" مؤخرا برنامج "رابيد براوزر" الخاص باستقبال أخبار وكالات الأنباء وتحريرها ومتابعتها حتى وصولها إلى مرحلة الطباعة[1].

ودخلت "الاتحاد" عالم الإنترنت اعتبارا من يوم الجمعة في 15 مارس 1996 لتكون بذلك أول صحيفة إماراتية تقدم هذه الخدمة[2].

المبحث الثالث

نتائج الدراسة التحليلية لمضمون أخبار أزمة تشكيل الحكومة العراقية بعد انتخابات عام 2010 في صحيفة الحياة اللندنية والاتحاد الإماراتية

بعد إن استطاعت الباحثة بناء التصنيف واستخراج فئات التحليل وتحديد وحدات العد والقياس تم تحديد الفئات الرئيسة التي تضمنتها الأخبار المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية بعد انتخابات عام 2010 التي نشرت في صحيفة الحياة اللندنية وصحيفة الاتحاد الإماراتية الالكترونية خلال المدة من (2010/3/8 ولغاية 2010/11/11) بعد ان تم عقد جلسة لمجلس النواب العراقي صباح يوم 2010/11/11، **وكانت الفئات كما يلي:**

- استهداف المراكز الانتخابية بالانفجارات .
- التأكيد على النصر الذي حققته بعض الكيانات على حساب أخرى في الانتخابات
- الاتهامات المتبادلة بين الكتل بدعوى تبني الطائفية والفساد
- أهمية الأكراد في حل أزمة تشكيل الحكومة
- مطالب بعض الكتل بعد إجراء الانتخابات
- الخلافات بين الكتل السياسية والتحذيرات المتبادلة .
- الموقف من تحالفات الكتل السياسية المختلفة
- موقف الكتل السياسية من إيران .
- الموقف العربي والدولي من أزمة تشكيل الحكومة العراقية.
- موقف المرجعية الدينية من أزمة تشكيل الحكومة العراقية .

وقد استطاعت الباحثة تحليل مضمون الأخبار المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية بعد انتخابات عام 2010 التي نشرت في صحيفة الحياة والاتحاد خلال مدة البحث من خلال تنفيذ خطة تحليل المضمون التي شرحتها الباحثة في المبحث الأول من هذا البحث. وقد حرصت الباحثة على عرض استمارة تحليل المضمون بعد ان تمت عملية بناء التصنيف على مجموعة خبراء من أساتذة قسم الإعلام في كلية

الآداب بجامعة تكريت[1]. وتم جمع التكرارات ثم حساب النسب المئوية من خلال الجداول التكرارية. ويمكننا توضيح نتائج التحليل من خلال الجدول الآتي:

جدول رقم (1)

تكرارات الاتجاهات الرئيسة لمضامين الأخبار المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية التي نشرت في صحيفتي الحياة والاتحاد خلال المدة من 2010/3/8 ولغاية 2010/11/11

المرتبة	الفكرة المكررة أو (الاتجاه)	التكرار	النسبة المئوية
1	الخلافات بين الكتل السياسية والتحذيرات المتبادلة	50	٪ 30،30
2	الموقف من تحالفات الكتل السياسية المختلفة	29	٪ 17،57
3	مطالب بعض الكتل بعد إجراء الانتخابات	19	٪ 11،51
4	التأكيد على النصر الذي حققته بعض الكيانات على حساب أخرى في الانتخابات	18	٪ 10،90
5	موقف الكتل السياسية من إيران	13	٪ 7،87
6	الاتهامات المتبادلة بين الكتل بدعوى تبني الطائفية والفساد	10	٪ 6،06
7	أهمية الأكراد في حل أزمة تشكيل الحكومة	10	٪ 6،06
8	الموقف العربي والدولي من أزمة تشكيل الحكومة العراقية	7	٪ 4،24
9	استهداف المراكز الانتخابية بالانفجارات	7	٪ 4،24
10	موقف المرجعية الدينية من أزمة تشكيل الحكومة العراقية	2	٪ 1،21
	المجموع	165	٪100

ومما لا شك فيه ان حساب تكرارات الفئات وتبويبها وعرضها بحسب التركيز عليها في المضمون الذي كنا قد تناولناه بالتحليل يعين الباحثة على محاولة تفسير نتائج التحليل لاسيما بعد ان وضحت كل فئة تم توصيفها أثناء عملية بناء التصنيف لاستخراج فئات التحليل. ويمكن إعطاء تفاصيل نتائج التحليل الواردة في الجدول أعلاه بحسب تواريخ ورودها في الأخبار التي أخضعت للتحليل من خلال الجدول التفصيلي الآتي:

جدول رقم (2)

تفاصيل تكرارات الأفكار الرئيسة (وحدات العد والقياس) لمضامين الأخبار المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية بحسب تواريخ نشرها في صحف العينة للمدة من 2010/3/8 ولغاية 2010/11/11

التسلسل	التاريخ	استهداف المراكز الانتخابية بالانفجارات	التأكيد على النصر الذي حققته بعض الكيانات على حساب أخرى في الانتخابات	الاتهامات المتبادلة بين الكتل بدعوى تبني الطائفية والفساد	أهمية الأكراد في حل أزمة تشكيل الحكومة	مطالب بعض الكتل بعد إجراء الانتخابات	. الخلافات بين الكتل السياسية والتحذيرات المتبادلة	الموقف من تحالفات الكتل السياسية المختلفة	موقف الكتل السياسية من إيران	الموقف العربي والدولي من أزمة تشكيل الحكومة العراقية	موقف المرجعية الدينية من أزمة تشكيل الحكومة العراقية
1	2010/3/8	1111111									
2	2010/3/17		1111 11	11	111						
3	2010/4/6		1	1		1	1111111111	11111	111		

	111		1	11	11		1	11		2010/5/16	4
			11	11111	1			1		2010/5/26	5
	1		1111111	11111111		1		1		2010/6/15	6
		11	111111	11111				11		2010/7/15	7
	1		11	111111	1		1	11		2010/8/4	8
		11111	1111		1					2010/8/14	9
		1		1	11					2010/8/24	10
				11	1111		11			2010/9/13	11
		11		111	1		1	11		2010/9/23	12

13	2010/10/3					111	1111	1			
14	2010/10/13					1	1			1	
15	2010/10/23					1	1				11
16	2010/11/2				111		11			1	
17	2010/11/11		1	11	111	1		1			
18	المجموع	7	18	10	10	19	50	29	13	7	2

تفسير نتائج التحليل

1. الخلافات بين الكتل السياسية والتحذيرات المتبادلة:

احتل هذا الاتجاه المرتبة الأولى من بين الاتجاهات الأخرى التي ركزت عليها الأخبار المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية وبلغ مجموع هذا الاتجاه (50) تكراراً من مجموع (165) تكراراً وبنسبة مئوية مقدارها (30،30 ٪) من مجمل الاتجاهات. لقد كانت عملية انتقاء الأخبار المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية في صحيفتي (الحياة، الإتحاد)، تركز على نحو أكبر على هذا الاتجاه لتحقيق أهداف الاتصالية لهذه الصحف عند تناول موضوع الشأن العراقي، ومن بينها التركيز على ماحدث من تطورات قادت بالنتيجة الى حدوث الازمة والخلافات الحادة بين الكتل السياسية . بدأت الأزمة مطلع شهر كانون الثاني 2010، عندما قررت هيئة المساءلة والعدالة اجتثاث أكثر من

500 مرشح للانتخابات البرلمانية ومنعهم من المشاركة في الانتخابات، بينهم أربعة من قياديي القائمة العراقية، التي يتزعمها اياد علاوي، أبرزهم صالح المطلك، ورغم الجهود والمباحثات والقرارات التي اتخذت لإلغاء هذا الاجتثاث، الا أن ذلك ذهب سدى ولم يسمح للقادة الأربعة بالمشاركة بالانتخابات. واكد هؤلاء القادة أن قرار استبعادهم سياسي وليس قضائياً، لكن في النهاية رفع الاجتثاث عنهم بعد اتفاق قادة الكتل السياسية الرئيسية في شهر تشرين الثاني الماضي، بل تم تعيين صالح المطلك بمنصب نائب رئيس الوزراء في الحكومة الجديدة.وأدت هذه القضية والانقسامات بين الكتل السياسية إلى توتر الأجواء قبيل الانتخابات حيث ساد جو من عدم الثقة بينها، وبدا أن كل كتلة تحاول الايقاع بخصمها .

2. الموقف من تحالفات الكتل السياسية المختلفة:

احتل هذا الاتجاه المرتبة الثانية من بين الاتجاهات الأخرى التي ركزت عليها الأخبار المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية وبلغ مجموع هذا الاتجاه (29) تكراراً من مجموع (165) تكراراً وبنسبة مئوية مقدارها (17،57 ٪) من مجمل الاتجاهات.

ويمكن تفسير ذلك أن صحف عينة البحث قد ركزت خلال مدة البحث على إبراز أن أزمة تشكيل الحكومة ناتجة عن الاختلاف بين الكتل الفائزة، تمثلت في اختلافها حول تفسير المادة 76 من الدستور بشأن الكتلة النيابية الأكبر التي تشكل الحكومة، حيث رأت القائمة العراقية أنها الكتلة التي يجب أن تشكل الحكومة باعتبارها حصلت على المركز الأول بـ91 مقعدا، الا أن ائتلاف المالكي (89 مقعدا) وبعد أن تحالف مع الائتلاف الوطني العراقي (70 مقعدا) ليشكلا التحالف الوطني في الرابع من أيار 2010 (159 مقعدا)، أصر على أن حق تشكيل الحكومة له باعتباره الكتلة النيابية الأكثر عددا .

3. مطالب بعض الكتل بعد إجراء الانتخابات

احتل هذا الاتجاه المرتبة الثالثة من بين الاتجاهات الأخرى التي ركزت عليها الأخبار المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية وبلغ مجموع هذا الاتجاه (79) تكراراً من مجموع (165) تكراراً وبنسبة مئوية مقدارها (11،51٪) من مجمل الاتجاهات. ويمكن تفسير ذلك أن صحف العينة في تناولها لأخبار العراق كانت تركز على مطالب بعض الكتل السياسية منها المطالبات بتأجيل إعلان نتائج الانتخابات، وإعادة العد والفرز.

وبعد إعلان النتائج التي فازت بها العراقية بفارق قليل عن ائتلاف دولة القانون، وبدلا من أن يسهم ذلك الإعلان بانفراج الوضع السياسي، دخل العراق في أزمة جديدة، حيث اعترض ائتلاف دولة القانون على النتائج وطالب بإعادة العد والفرز يدوياً، مبرراً ذلك بوجود تزوير وتلاعب في النتائج، وبعد شكاوى وطعون قدمها ائتلاف دولة القانون وافقت المحكمة التمييزية على إعادة العد والفرز يدوياً لأوراق الاقتراع في بغداد فقط .

4. التأكيد على النصر الذي حققته بعض الكيانات على حساب أخرى في الانتخابات

احتل هذا الاتجاه المرتبة الرابعة من بين الاتجاهات الأخرى التي ركزت عليها الأخبار المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية وبلغ مجموع هذا الاتجاه (18) تكراراً من مجموع (165) تكراراً وبنسبة مئوية مقدارها (10،90 ٪) من مجمل الاتجاهات.

ويمكن تفسير ذلك إن صحف العينة قد ركزت بإبراز اهتمامها بالنصر الذي حققته القائمة العراقية وذلك لدعمها من قبل سوريا وتركيا والسعودية بوسائل مختلفة. بالمقابل اعتمت تلك الصحف بابراز الاخبار المتعلقة بالنصر الذي حققته تلك القائمة في محافظات معينة من العراق حيث ركزت على ان قائمة دولة القانون أو الائتلاف الوطني لم تحصل على أي مقعد في المحافظات الشمالية الغربية (نينوى، صلاح الدين، الأنبار).

5. موقف الكتل السياسية من إيران

احتل هذا الاتجاه المرتبة الخامسة من بين الاتجاهات الأخرى التي ركزت عليها الأخبار المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية وبلغ مجموع هذا الاتجاه (13) تكراراً من مجموع (165) تكراراً وبنسبة مئوية مقدارها (7،87 ٪) من مجمل الاتجاهات. ويمكن تفسير ذلك من خلال ان اهتمام الصحافة العربية بابراز الموقف الايجابي والسلبي للكتل السياسية العراقية من ايران يأتي من التاكيد على ابراز الموقف الايراني ضمن التصور الاتي: ترغب إيران في أن تبقى الرابح والمستفيد الأكبر من تدمير الدولة العراقية وترحب بتخفيف القبضة الأميركية العسكرية على العراق. كذلك حاولت الصحافة العربية التأكيد على ان ايران ستضغط على التكتلات الشيعية التي تربطها بها جميعها علاقات تاريخية للتحالف والتكتل، لضمان موقع مسيطر ومتنفذ في الساحة العراقية وما تشكيل "التحالف الوطني"، الذي أعلن عنه شكلياً، والذي يضم حالياً 159 مقعداً بعد ائتلاف الكتلتين الشيعيتين (دولة القانون 89 مقعداً) و "الائتلاف الوطني العراقي 70 مقعداً" إلا مؤشراً على هذا التوجه، رغم أن هناك خلافات

جوهرية قائمة داخل هذا التحالف، تعقّد الوصول إلى مرشح تسوية بينهما لتشكيل الحكومة. كذلك أكدت الصحافة العربية على الاهتمام الايراني بالالتفاف على العقوبات الجديدة الصادرة عن قرار مجلس الأمن 1929، ويشكل العراق ساحة نموذجية بالنسبة لها، ليكون أحد المنافذ الرئيسية لتخفيف الآثار السلبية لمفاعيل العقوبات الاقتصادية عليها. كذلك حاولت صحف العينة ان تؤكد على ان إيران تعارض تشكيل "الكتلة العراقية" للوزارة وتولي الدكتور إياد علاوي رئاسة الوزارة، كما انها في نفس الوقت لا تثق بالمالكي وتعتقد أنه واقع تحت النفوذ الأمريكي.

6. الاتهامات المتبادلة بين الكتل بدعوى تبني الطائفية والفساد

احتل هذا الاتجاه المرتبة السادسة من بين الاتجاهات الأخرى التي ركزت عليها الأخبار المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية وبلغ مجموع هذا الاتجاه (10) تكرارات من مجموع (165) تكراراً وبنسبة مئوية مقدارها (6،06 ٪) من مجمل الاتجاهات. ويمكن تفسير ذلك ان تركيز صحف العينة كان ينطلق أساساً من ان الاتهامات بين الكتل السياسية بدعوى تبني الطائفية والفساد سببها اختلاف الرؤى بين الكتل حول صورة وشكل الحكومة المقبلة استناداً إلى التجربة السابقة، وفقدان الثقة بين الكتل، والسعي لتحقيق مصالح حزبية وفئوية على حساب المصلحة الوطنية.

7. أهمية الأكراد في حل أزمة تشكيل الحكومة

احتل هذا الاتجاه المرتبة السابعة من بين الاتجاهات الأخرى التي ركزت عليها الأخبار المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية وبلغ مجموع هذا الاتجاه (10) تكرارات من مجموع (165) تكراراً وبنسبة مئوية مقدارها (6،06 ٪) من مجمل الاتجاهات. ويمكن تفسير ذلك من خلال ان اهتمام الصحافة العربية بإبراز أهمية الأكراد في حل أزمة تشكيل الحكومة يأتي من التأكيد على مبادرة مسعود البارزاني حيث اهتمت صحف العينة بإبراز موضوع تمكن مسعود البارزاني من جمع الفرقاء السياسيين لأول مرة، في الثامن من تشرين الثاني 2010، أعقبته عدة اجتماعات في بغداد، نتج عنها الاتفاق بين القادة على توزيع الرئاسات الثلاث بين الكتل الفائزة، وتشكيل المجلس الوطني للسياسات الإستراتيجية العليا، على أن يخصص لرئيس القائمة العراقية اياد علاوي، وتم نزع فتيل الأزمة الأمر الذي مهد إلى استئناف البرلمان لجلساته وانتخاب الرئاسات الثلاث.

8. الموقف العربي والدولي من أزمة تشكيل الحكومة العراقية

احتل هذا الاتجاه المرتبة الثامنة من بين الاتجاهات الأخرى التي ركزت عليها الأخبار المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية وبلغ مجموع هذا الاتجاه (7) تكرارات مـن مجموع (165) تكراراً وبنسبة مئوية مقدارها (4،24 ٪) من مجمل الاتجاهات. ويمكن تفسير ذلك ان الصحافة العربية كانت تريد من خلال هذا الاتجاه تصوير ان التدخل الخارجي من أهم أسباب تعطيل تشكيل الحكومة لفترة طويلة، ورسم صورتها، رغم أن الجميع يعلن رفضه للتدخل الخارجي، لكن اغلب تلك القوى تتردد إلى دول الجوار للحصول على دعمها وتأييدها لشغل مناصب معينة.

9. استهداف المراكز الانتخابية بالانفجارات

احتل هذا الاتجاه المرتبة التاسعة من بين الاتجاهات الأخرى التي ركزت عليها الأخبار المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية وبلغ مجموع هذا الاتجاه (7) تكرارات مـن مجموع (165) تكراراً وبنسبة مئوية مقدارها (4،24 ٪) من مجمل الاتجاهات.

10. موقف المرجعية الدينية من أزمة تشكيل الحكومة العراقية

احتل هذا الاتجاه المرتبة الأخيرة من بين الاتجاهات الأخرى التي ركزت عليها الأخبار المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية وبلغ مجموع هذا الاتجاه (2) تكرارين مـن مجموع (165) تكراراً وبنسبة مئوية مقدارها (1،21 ٪) من مجمل الاتجاهات.

الخاتمة والاستنتاجات

حاولت الباحثة فيما تقدم أن تعطي رؤية كلية لموضوع أزمة تشكيل الحكومة العراقية في الصحافة العربية عام 2010. لذا فأنها لن تقوم بتلخيص ما عرضته في ثنايا المباحث السابقة مرة أخرى في هذه الخاتمة، ولكنها ستؤكد على أهم النتائج التي توصل إليها البحث وعلى النحو الآتي:

احتلت فئة الخلافات بين الكتل السياسية والاتهامات المتبادلة المرتبة الأولى من بين الاتجاهات الأخرى التي ركزت عليها الأخبار المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية في الصحافة العربية.

أكدت الصحافة العربية على إبراز أن أزمة تشكيل الحكومة ناتجة عن الاختلاف بين الكتل الفائزة، تمثلت في اختلافها حول تفسير المادة 76 من الدستور بشأن

الكتلة النيابية الأكبر التي تشكل الحكومة إذ احتلت هذه الفئة المرتبة الثانية من بين الاتجاهات الأخرى التي ركزت عليها الأخبار المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية .

أثبتت نتائج البحث اهتمام الصحافة العربية بإبراز مطالب بعض الكتل السياسية منها المطالبات بتأجيل إعلان نتائج الانتخابات، وإعادة العد والفرز.إذ احتل هذا الاتجاه المرتبة الثالثة من بين الاتجاهات الأخرى التي ركزت عليها الأخبار المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية .

توصلت نتائج الدراسة التحليلية الى ان الصحافة العربية قد ركزت على إبراز اهتمامها بالنصر الذي حققته القائمة العراقية وذلك لدعمها من قبل سوريا وتركيا والسعودية بوسائل مختلفة إذ احتل هذا الاتجاه المرتبة الرابعة من بين الاتجاهات الأخرى التي ركزت عليها الأخبار المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية .

احتل موقف الكتل السياسية من إيران (بشقيه الموقف الايجابي والسلبي) المرتبة الخامسة من بين الاتجاهات الأخرى التي ركزت عليها الأخبار المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية في الصحافة العربية .

اهتمت صحف عينة الدراسة بإبراز الاتهامات المتبادلة بين الكتل السياسية حول تبني الفساد والطائفية المرتبة السادسة من بين الاتجاهات الأخرى التي ركزت عليها الأخبار المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية .

أثبتت نتائج الدراسة ان الصحافة العربية قد اهتمت عند تناولها لأخبار العراق خلال أزمة تشكيل الحكومة عام 2010 بإبراز أهمية الأكراد بحل الأزمة من خلال التركيز على أهمية مبادرة مسعود البارزاني في حل الأزمة إذ احتل هذا الاتجاه المرتبة السابعة من بين الاتجاهات الأخرى التي ركزت عليها الأخبار المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية .

1. أكدت الصحافة العربية على إبراز الموقف العربي والدولي وتصويره بأنه موقف داعم لاستمرار الأزمة احتل هذا الاتجاه المرتبة الثامنة من بين الاتجاهات الأخرى التي ركزت عليها الأخبار المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية.
2. احتل اتجاه استهداف المراكز الانتخابية بالانفجارات المرتبة التاسعة من بين الاتجاهات الأخرى التي ركزت عليها الأخبار المتعلقة بأزمة تشكيل الحكومة العراقية .
3. جاءت نتائج البحث لتؤكد اهتمام الصحافة العربية بالمرتبة الأخيرة باتجاه موقف المرجعية الدينية من أزمة تشكيل الحكومة العراقية .

المصادر والمراجع

أولاً: القرآن الكريم

ثانياً: الكتب العربية:

1. احمد نفادي: صحافة الإمارات ـ النشأة والتطور الفني والتاريخي ،أبو ظبي، منشورات المجمع الثقافي، 1996 .

2. السيد بخيت: الصحافة والانترنت ،القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2000 .

3. جمال الزرن: تساؤلات عن الإعلام الجديد والانترنت في كتاب العرب وثورة المعلومات، بيروت ،مركز دراسات الوحدة العربية ،2005.

4. جبر مجيد حميد العتابي: طرق البحث الاجتماعي ،الموصل، دار الكتب للطباعة والنشر، 1991 .

5. حسن عماد مكاوي و ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1998 .

6. ــــــــــــــ: الإعلام ومعالجة الأزمات، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2005.

7. حسني محمد نصر: الانترنت والإعلام ـ الصحافة الالكترونية ، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2003 .

8. حسنين شفيق: الإعلام التفاعلي، القاهرة، دار فكر وفن، 2009.

9. حميد جاعد: أساسيات البحث المنهجي: ج1، بغداد، شركة الحضارة للطباعة والنشر، 2004 .

10. خليل صابات: جمال عبد العظيم ،وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، القاهرة ،مكتبة الانجلو المصرية، 2001 .

11. ــــــ: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها ،القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1985 .

12. ديوبولد فان دالين وآخرون: مناهج البحث العلمي في التربية وعلم النفس، ترجمة: د. نبيل نوفل وآخرون، ط2، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1977.

13. راسم محمد الجمال: مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الاعلامية، القاهرة، جامعة القاهرة – كلية الاعلام، 1999 .
14. سمير شاهين: ذكريات من الصحافة والسياسة، بيروت ،مطابع المتوسط ، 1999.
15. سمير محمد حسن: تحليل المضمون . تعريفاته ومفاهيمه ومحدداته، ط2، القاهرة، عالم الكتب، 1996 .
16. شكري سيد احمد و عبد الله محمد الحمادي: منهجية تحليل المضمون، قطر،جامعة قطر، 1987 .
17. شريف درويش اللبان، الصحافة الالكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، دار المصرية اللبنانية، الطبعة الاولى، اكتوبر 2005م .
18. صلاح الفوال: مناهج البحث في العلوم الاجتماعية ، القاهرة، مكتبة غريب، 1982 .
19. عباس مصطفى صادق: الصحافة والكمبيوتر . مدخل للاستقصاء الصحافي بمساعدة الكمبيوتر ،بيروت، الدار العربية للعلوم، 2005 .
20. عزت علي عزت: الصحافة في دول الخليج العربي، بغداد، مركز التوثيق لدول الخليج العربي، 1983 .
21. عبد اللطيف محمد خليفة: المعتقدات والاتجاهات، عمان، دار الثقافة للنشر، 1992 .
22. محمد أبو بكر الرازي: مختار الصحاح، تحقيق دائرة المعاجم، بيروت، مكتبة لبنان، 1989 .
23. محمد سيد محمد: وسائل الاعلام من المنادي الى الانترنت ،القاهرة ،دار الفكر العربي، 2009 .
24. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة ،عالم الكتب، 2000 .
25. محمد عبيدات (وآخرون): منهجية البحث العلمي، ط2، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 1999.
26. محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، المجلد الأول، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003 .
27. محمود علم الدين ومحمد تيمور عبد الحسيب: الحاسبات الالكترونية وتكنولوجيا الاتصال، القاهرة، دار الشروق ، 1997 .

28. مختار التهامي: تحليل مضمون الدعاية في النظرية والتطبيق،القاهرة ،دار المعارف بمصر، 1975 .
29. مرعي مدكور: المدخل إلى الصحافة، القاهرة، النموذجية للخدمات الاعلانية ،2007.
30. هادي نعمان الهيتي: أسس وقواعد البحث العلمي، بغداد، مركز البحوث والمعلومات، 1982 .
31. ولتر ريستون: أفول السيادة ـ كيف تحوّل ثورة المعلومات عالمنا ،عمّان، دار النسر للنشر والتوزيع، 1992 .

ثالثاً: الكتب الأجنبية:

1. Webster's Desk Dictionary of the English Language: New York , Portland house ,1990, p216 .

رابعاً: الرسائل والاطاريح

1. خلود كاظم العامري: القصة الخبرية والتقرير الخبري في الطبعات الدولية لجريدتي الحياة والأهرام ـ دراسة مقارنة في شؤون العراق لعامي (2004م و2005 م)، رسالة ماجستير غير منشورة قدمت الى كلية الإعلام بجامعة بغداد عام 2007 .
2. صادق حمه غريب حمه صالح: الصحافة الالكترونية الكردية - دراسة مسحية للصحف الالكترونية الكردية (كلاّوروژنه، ده نگـه كان، كوردستان نت) ،رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، 2008 .
3. عبد الأمير الفيصل: الصحافة الالكترونية في الوطن العربي الصحافة الالكترونية في الوطن العربي – دراسة في الصحف الالكترونية (الجريدة ،باب ،اتجاهات، ايلاف، سوادنيل)، رسالة دكتوراه قدمت الى كلية الإعلام بجامعة بغداد عام 2004 .
4. عبد العزيز خلف خليل الجبوري: معالجة الصحافة الإماراتية للاحتلال الامريكي للعراق للفترة من 2003/3/1/ الى 2005/1/31 رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت الى معهد الدراسات والبحوث العربية، القاهرة، 2010 .
5. عبد الملك ردمان الدناني: الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت، رسالة ماجستير(غير منشورة) قدمت الى كلية الاداب بجامعة بغداد عام 1999 .
6. فايز عبد الله الشهري:تجربة الصحافة الالكترونية العربية على شبكة الانترنت، أطروحة دكتوراه (غير منشورة) قدمت الى جامعة شيفيلد في المملكة المتحدة عام 1999.

7. نوح عز الدين عبد الرزاق: تدفق الأخبار والمواد الإخبارية عبر الصحافة العربية - دراسة تحليلية للصحف الأهرام (المصرية)، النهار (اللبنانية) ،الاتحاد (الإماراتية) ، الدستور (الأردنية)، السياسة (الكويتية) للفترة من 2001/6/1 - 2002/6/1، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، 2004 .
8. وليد عبد الفتاح النجار: دور الصحافة المصرية الالكترونية في التثقيف السياسي للمراهقين: دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة ،جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، 2007 .

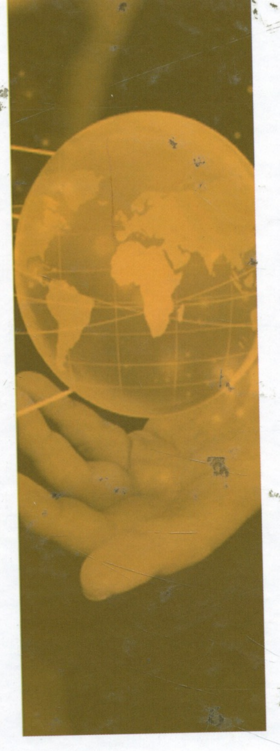
خامساً: الدوريات والمجلات

1. أحسان محمود الحسان: الصحافة الالكترونية الوليدة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 15 ،نيسان 2002 .
2. أسامة الشريف: الصحيفة الالكترونية والصحيفة المطبوعة، بحوث الندوة العلمية للمؤتمر التاسع لاتحاد الصحفيين العرب، عمان ،دار الكتب المصرية، 2000 .
3. فايز بن عبد الله الشهري: واقع مستقبل الصحف اليومية على شبكة الانترنت، دراسة مسحية شاملة على رؤساء تحرير الصحف السعودية ذات الطبعات الالكترونية، بحث مقدم لندوة الإعلام السعودي: سمات الواقع واتجاهات المستقبل، الرياض، جامعة الملك سعود، 2003 .
4. محمد شويلي: الاعلام الالكتروني ومفهوم الصحافة، مجلة النبأ، العدد السادس، ايار 2003 .

سادساً: البحوث والموضوعات المنشورة على الانترنت

1. عماد الأصغر: الاستخدام الهادف للانترنت، موقع أدبيات، المجلة (ادبيات)، 2006/5/30م، www.Adabiat.com
2. الصحافة الالكترونية تتكامل مع الورقة ولا تتصارع معها، في ندوة الإعلام الالكتروني والصحافة الورقية:
www.alarabnews.com/alshaab/2004/13-08-2004 /n4.h5m
3. موقع صحيفة الاتحاد الإماراتية:
http://www.alittihad.ae/aboutus.php







للنشر والتوزيع
الأردن - عمان
هاتف: 00962 6 5658253 / 00962 6 5658252
فاكس: 00962 6 5658254 ص.ب: 141781
البريد الإلكتروني: darosama@orange.jo
الموقع الإلكتروني: www.darosama.net





ISBN 978-9957-22-540-7
9 789957 225407